

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

2024

20^A EDIZIONE



RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

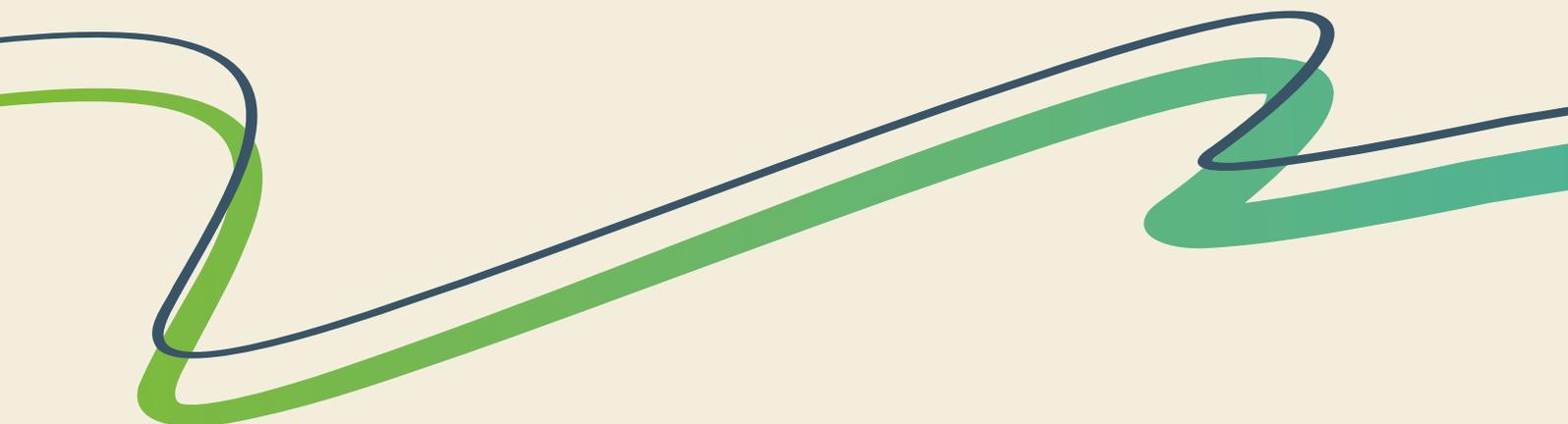
2024

20^A EDIZIONE





**LA VISIONE
ILLUMINA
IL FUTURO**



Lettera agli Stakeholder

GRI 2-22

Gentili stakeholder,

con grande orgoglio vi presentiamo il **ventesimo Rapporto di Sostenibilità del Gruppo Lucart**, un traguardo che testimonia l'impegno costante verso uno sviluppo responsabile, trasparente e orientato al futuro. In questi venti anni abbiamo affrontato sfide importanti e abbiamo gestito la crescita dell'Azienda tenendo sempre presente l'obiettivo di creare valore condiviso per le persone, l'ambiente e il territorio.

Il 2024 è stato un anno nel quale abbiamo continuato a raccogliere i frutti degli investimenti impiantistici e organizzativi che avevamo impostato in precedenza, raggiungendo un fatturato importante in linea con le aspettative e consolidando la nostra posizione su tutti i mercati di riferimento. Con l'ingresso di Azzurra Capital nel capitale della holding, abbiamo oggi maggiori risorse per accelerare la nostra crescita internazionale, mantenendo saldo il nostro impegno su sostenibilità e innovazione. La nostra è una strategia chiara: crescere in modo responsabile, rafforzare la nostra competitività e aprirci a nuovi mercati ad alto potenziale.

Siamo particolarmente orgogliosi dei risultati descritti in questo rapporto, perché rappresentano la dimostrazione più tangibile di come un'azienda possa raggiungere ottime performance economiche e ottenere allo stesso tempo performance ambientali e sociali di altissimo livello. Per realizzare un modello di sviluppo realmente sostenibile abbiamo, fin dal principio, applicato un metodo scientifico che prevedesse due pilastri: **misurazione delle performance e certificazioni da parte di enti terzi** indipendenti. Ma soprattutto abbiamo sempre pensato che la sostenibilità dei prodotti e dei processi industriali dovesse essere parte di una vera e propria visione di lungo periodo mirata, non solo alla creazione di un vantaggio competitivo, ma anche alla creazione di valori condivisi.

Mi piace sottolineare **due traguardi** che abbiamo raggiunto nel 2024, in anticipo rispetto al previsto, e che sono frutto, da un lato della **visione dell'Azienda** e dall'altro, del **forte impegno dei nostri dipendenti**. Abbiamo, infatti, raggiunto l'obiettivo di certificare tutti gli stabilimenti produttivi del Gruppo con la **ISO 45001** per garantire la gestione sistemica della salute e sicurezza sul lavoro, e abbiamo raggiunto l'obiettivo del **90% di rifiuti a recupero**.

Per il terzo anno consecutivo, inoltre, abbiamo ottenuto dall'agenzia di **rating indipendente EcoVadis** il massimo livello di valutazione sulla responsabilità sociale conseguendo la **medaglia di Platino**.

Forti dei traguardi raggiunti e nonostante la complessa situazione geopolitica e le pressioni per rallentare la transizione ecologica, continueremo a perseguire modelli di sviluppo realmente sostenibili a beneficio di tutti gli stakeholder facendo la nostra parte per la creazione di un futuro migliore.



Francesco Pasquini
Amministratore Delegato



Indice

	Lettera agli stakeholder	2
IDENTITÀ AZIENDALE E INDICATORI DI PERFORMANCE	Lucart in sintesi 2024	6
	Risultati e obiettivi di miglioramento	8
	Vision, Mission e Obiettivi	10
	Catena del Valore e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile	12
	I Principi del Global Compact	14
	Rating di Sostenibilità	15
	SBTi, Amfori BSCI	16
	Analisi di Materialità	17
1 GOVERNANCE	1.1 Gruppo Lucart, la storia	22
	1.2 Stabilimenti del Gruppo	26
	1.3 Tipologia di carte prodotte	28
	1.4 Capacità produttiva	29
	1.5 Processo produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue	30
	1.6 Processo produttivo e ciclo di vita del prodotto cosmetico	32
	1.7 Aree di Business	34
	1.8 Area Away from Home (AFH)	36
	1.9 Area Consumer	41
	1.10 Area Business to Business (BtoB)	45
	1.11 Certificazioni	46
	1.12 Circolarità e sostenibilità come leve strategiche di business	48
	1.13 Organizzazione	55
	1.14 Modello di organizzazione	57
	1.15 Codice etico	58
	1.16 Gestione del Rischio	60
2 SOCIETÀ E PERSONE	2.1 Principi	68
	2.2 Piano di Comunicazione con gli stakeholder	69
	2.3 Relazioni con il Personale	73
	2.4 Struttura del personale Lucart	76
	2.5 Salute e Sicurezza sul Lavoro	83
	2.6 Relazioni con gli altri stakeholder	86
	2.7 Attività di comunicazione Multistakeholder	98
3 AMBIENTE	3.1 Valutazione degli impatti ambientali	106
	3.2 Dichiarazione ambientale di prodotto (EPD®)	107
	3.3 Materie prime	109
	3.4 Imballaggi	112
	3.5 Risorse idriche	114
	3.6 Risorse energetiche	118
	3.7 Emissioni in atmosfera	122
	3.8 Logistica	124
	3.9 Gestione dei rifiuti	126
	3.10 Bilancio quantitativo finale	130
	Nota Metodologica	131
	Analisi degli impatti correlati ai temi materiali	132
	GRI Content Index	133
	Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità 2024	137

GRI 2-6
201-1
203-1
301-2

IL GRUPPO

PERSONE
IMPIEGATE

1.700+



MACCHINE
DA CARTA

12



STABILIMENTI
PRODUTTIVI

10

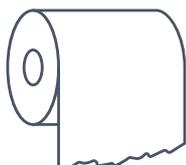


CENTRI
LOGISTICI

2



CAPACITÀ PRODUTTIVA



SETTORE
CARTA

CIRCA

400mila

Tonnellate/Anno
capacità produttiva



SETTORE
SKIN CARE

12 milioni

Litri/Anno
capacità produttiva

AREE DI BUSINESS



**AWAY FROM
HOME**

LUCART
PROFESSIONAL

FATO

Velo



CONSUMER

Tenderly

Grazie
EcoNatural

Tutto

Smile



BtoB



Carta
tissue

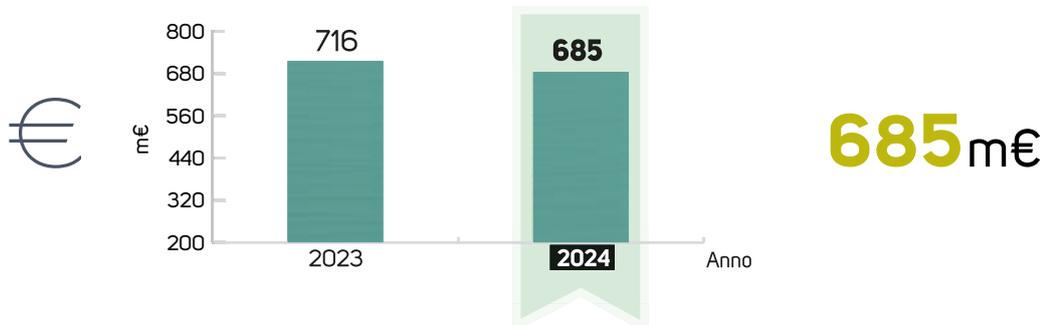


Carta
monolucida



Carta
airlaid

FATTURATO¹



PAESI SERVITI



70+

MATERIE PRIME UTILIZZATE

CARTA DA RICICLARE



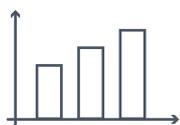
54%

CELLULOSA VERGINE



46%

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO²



2023
637m€

2024
644m€

Distribuito tra:



79,7%
ACQUISTI DI
BENI E SERVIZI



16,9%
COSTO DEL
LAVORO



2,8%
FINANZIARIO

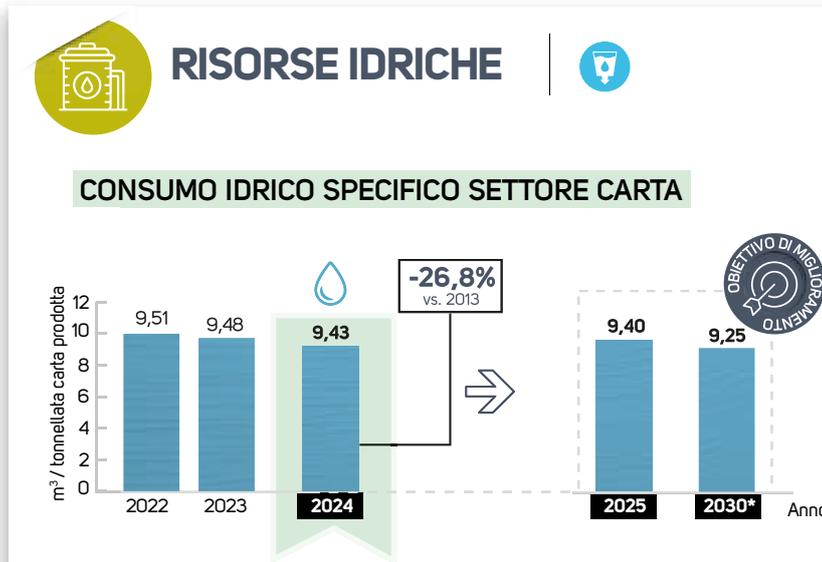
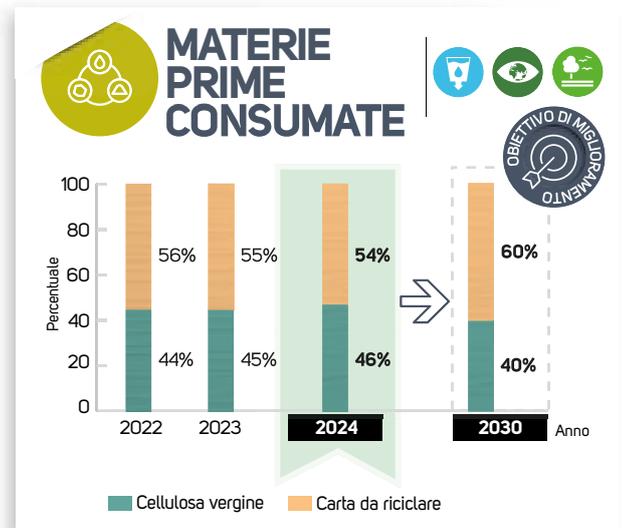
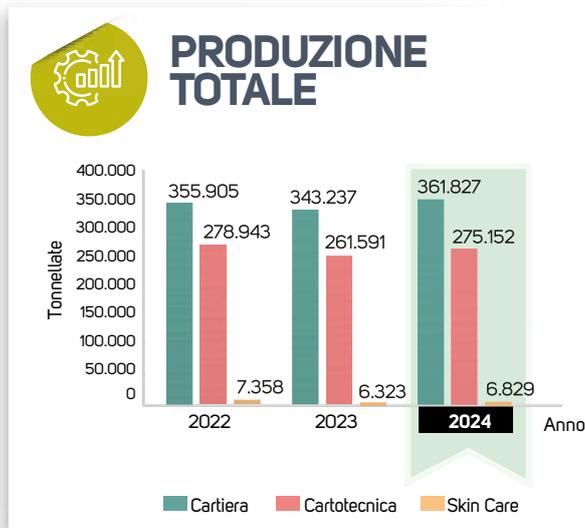


1,5%
STATO

¹ Segnaliamo l'applicazione del nuovo principio contabile OIC 34 "Ricavi" a partire dall'esercizio 2024, che ha comportato una riclassifica di alcune voci di scontistica cliente (addebiti da clienti per attività promozionali), precedentemente contabilizzate nell'area costi per servizi e nell'area finanziaria (sconti cassa), come componenti a riduzione dei ricavi. Anche i dati storici di Ricavi ed EBITDA esposti nel documento e relativi agli anni precedenti al 2024 hanno quindi seguito lo stesso criterio di riclassifica, con conseguente riesposizione secondo quanto richiesto dall'applicazione di questo principio contabile.

² I dati finanziari relativi al fatturato (ricavi netti) e al valore economico distribuito agli stakeholder sono riferiti alla Capogruppo Pasfin S.p.A. Il valore totale generato (ricavi netti, variazioni di stock e altri ricavi) è pari a 724 M€ a fronte di un valore trattenuto pari a 80 M€. La voce relativa al valore distribuito alla comunità sarà integrata nelle future rendicontazioni.

Risultati e obiettivi di miglioramento



* L'obiettivo di miglioramento al 2030 è stato ricalibrato, portandolo da 8 a 9,25 m³/t, in quanto più realistico rispetto agli effettivi trend di vendita di prodotti finiti e alla qualità delle materie prime. Il target aggiornato rimane molto ambizioso e in linea con le migliori tecnologie disponibili, collocandosi ben oltre le medie di settore, e rappresenta una riduzione del 29,8% rispetto al 2013.

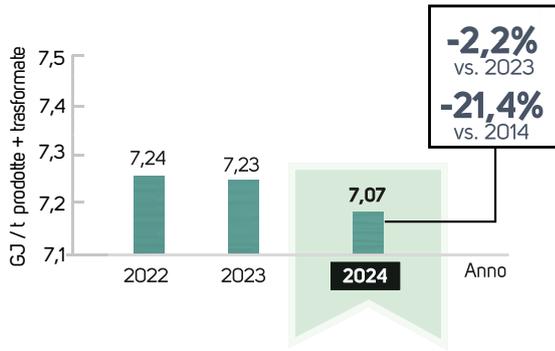




RISORSE ENERGETICHE



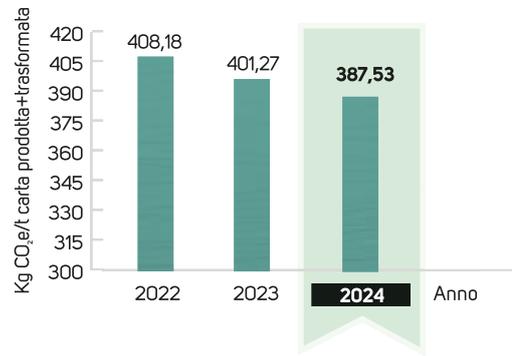
CONSUMO DI ENERGIA SPECIFICO (INTENSITÀ)



EMISSIONI IN ATMOSFERA



EMISSIONI CO₂e SPECIFICHE (INTENSITÀ)

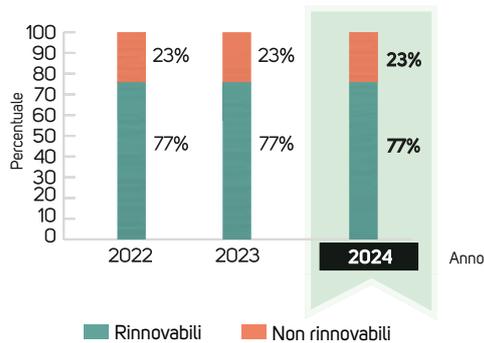


IMBALLAGGI SETTORE CARTA

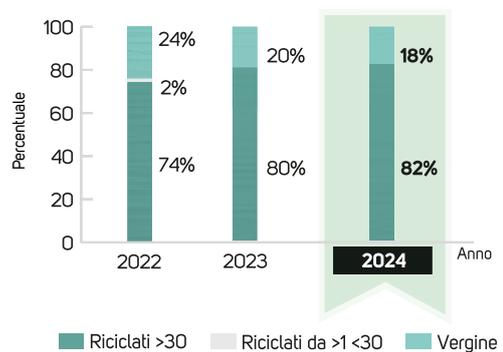


> Anche nel 2024 il 100% degli imballaggi di Lucart sono riciclabili o compostabili

% IMBALLAGGI RINNOVABILI/NON RINNOVABILI



% IMBALLAGGI RICICLATI/VERGINI

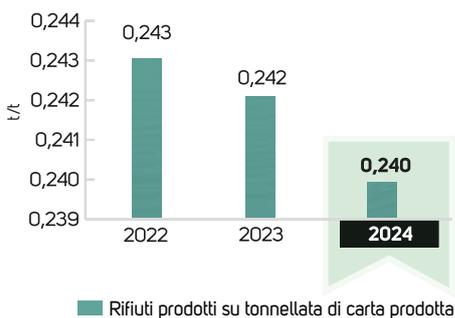


RIFIUTI³

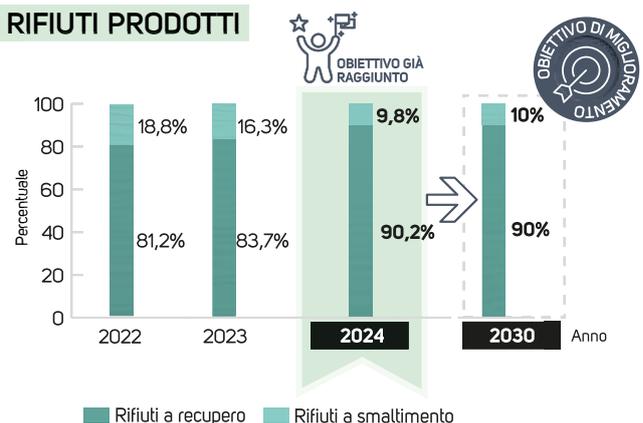


³ È da osservare che il risultato del 2024 (in vantaggio rispetto al target) è frutto di una contingenza legata a spazi di conferimento su impianti di recupero acquisiti con difficoltà; il raggiungimento dell'obiettivo al 2030 prevede il consolidamento degli sbocchi attuali e la ricerca di nuovi per limitare oscillazioni sul risultato raggiunto che non possiamo escludere per i prossimi anni.

RIFIUTI PRODOTTI SU TONNELLATA DI CARTA PRODotta



RIFIUTI PRODOTTI



GRI 2-22



VISION

Ci impegniamo a realizzare modelli di business circolari per rigenerare e accrescere i capitali naturali, sociali ed economici, perché vogliamo condividere un futuro sostenibile con i nostri stakeholder.



MISSION

Ci prendiamo cura delle persone e degli ambienti in cui vivono e lavorano con soluzioni per l'igiene e la protezione dei prodotti. La sostenibilità è l'elemento che ispira le nostre innovazioni e le relazioni con i nostri stakeholder per la costruzione di un futuro migliore.



Obiettivi



1. Impatto positivo

Lucart vuole creare prodotti di qualità rispettando le risorse dell'ambiente e il benessere delle persone. Le scelte che regolano i processi produttivi e la filiera devono pertanto tenere in considerazione il possibile impatto che possono direttamente o indirettamente generare sugli ecosistemi e sulle comunità.

Il Gruppo si impegna a identificare periodicamente i possibili impatti negativi derivanti dalle sue azioni e a implementare le migliori tecnologie disponibili e i migliori approcci gestionali affinché questi vengano eliminati, mitigati o, laddove non possibile, compensati.

Il Gruppo intende farsi promotore del progresso economico, sociale e ambientale dei territori con cui si relaziona e nel farlo si impegna a identificare e implementare azioni che apportino un impatto positivo per le comunità.



2. Qualità

Non è solo l'eccellenza dei prodotti, ma una cultura che si traduce nel valore del servizio, nella trasparenza dei rapporti, nel rispetto delle persone, nella volontà di migliorare.

L'attenzione alla qualità prende forma con la scelta accurata delle materie prime, con l'implementazione di processi produttivi sicuri e controllati per il benessere dell'ambiente e dei lavoratori, con la certificazione dei prodotti finiti per garantire la massima trasparenza ai clienti e agli utilizzatori finali.

Ma è anche qualità nelle relazioni: il Gruppo Lucart mira a costruire sempre rapporti corretti e collaborativi con tutti i suoi stakeholder, i suoi partner e i suoi competitor.



3. Innovazione

Il Gruppo Lucart ama immaginare il futuro e creare soluzioni per viverlo meglio, alla ricerca continua di modelli di business sempre più innovativi e sostenibili.

Nella convinzione che non possa esserci sostenibilità senza innovazione, Lucart investe costantemente risorse per trovare soluzioni inedite a problemi complessi, favorendo vere e proprie partnership con fornitori e clienti. Una continua e duratura collaborazione, infatti, è indispensabile per sviluppare progetti di ecodesign che consentano di coniugare la sostenibilità ambientale dei prodotti e dei processi e garantire al contempo alti livelli di qualità del prodotto e competitività sul mercato.



4. Integrità

Integrità per il Gruppo Lucart è legalità, responsabilità e trasparenza del business.

Significa agire in modo leale e imparziale nei confronti di lavoratori e collaboratori, combattendo ogni forma di discriminazione e promuovendo la crescita dell'individuo.

Significa relazionarsi con le comunità che ospitano i nostri siti produttivi con sincerità e trasparenza; gestire i rapporti con fornitori e clienti nel rispetto degli accordi contrattuali; operare una concorrenza giusta sul mercato.

Catena del valore e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

GRI 2-24

Il 25 settembre 2015, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha approvato l'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile, che include 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) validi per il periodo 2016 - 2030. Gli SDGs rappresentano il percorso più concreto per la costruzione di un mondo più inclusivo, equo e rispettoso dell'ambiente.

La strategia di sostenibilità di Lucart si integra perfettamente all'interno del quadro di azione delineato dagli SDGs.

A conferma di tale scelta nel 2020 Lucart ha ufficialmente aderito al Global Compact Network Italia delle Nazioni Unite.

EDUCAZIONE E RICERCA

Portiamo la cultura della sostenibilità nelle scuole, perché siamo convinti che solo l'attiva collaborazione fra impresa e cittadini possa garantire lo sviluppo di una società sostenibile. I nostri prodotti devono ispirare i consumatori a uno stile di vita consapevole e sostenibile. Sosteniamo l'Università e la ricerca scientifica.



Dopo una riflessione interna per identificare il contributo dell'Azienda al raggiungimento dei 17 obiettivi, sono stati scelti i seguenti obiettivi prioritari:



MOBILITÀ SOSTENIBILE

Favoriamo soluzioni di mobilità sostenibile come il trasporto su rotaia sia delle materie prime sia del prodotto finito ove possibile.



PARTNERSHIP

Favoriamo vere e proprie partnership con i nostri fornitori, con i clienti e con le associazioni. Una continua e duratura collaborazione, infatti, è indispensabile per sviluppare nuove soluzioni innovative e sostenibili.



MATERIE PRIME SOSTENIBILI

Scegliamo con cura le materie prime, utilizziamo solo fibre recuperate e cellulose provenienti da filiere gestite secondo riconosciuti criteri di sostenibilità.



Il nostro obiettivo è la creazione di valore per tutti i nostri stakeholder

AUTOPRODUZIONE DI ENERGIA E CALORE

Autoproduciamo gran parte dell'energia utilizzata nel processo produttivo con turbine in cogenerazione a gas metano ad alta efficienza e favorendo le energie alternative.



PRODUZIONE SOSTENIBILE

Minimizziamo gli sprechi e riutilizziamo gli scarti di produzione con soluzioni all'avanguardia.

Rispettiamo le procedure previste dai nostri sistemi di gestione per garantire ai clienti e agli utilizzatori finali la qualità, la sicurezza e l'idoneità all'uso dei nostri prodotti.

Favoriamo l'utilizzo di packaging sostenibile impiegando materiali riciclati e riciclabili o compostabili.



SISTEMI DI GESTIONE INTEGRATI

Garantiamo la qualità, l'igiene, il rispetto dell'ambiente e la sicurezza dei lavoratori implementando la cultura del miglioramento continuo e adottando sistemi di gestione integrati.



I Principi del Global Compact

GRI 2-24

Lucart aderisce al **Global Compact Network Italia** delle Nazioni Unite e si impegna al rispetto e alla promozione dei 10 principi universali adottati dall'organizzazione e relativi a: **diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.**



IMPEGNI



DIRITTI UMANI

- > Promuoviamo e rispettiamo i diritti umani universalmente riconosciuti e ci assicuriamo di non essere, neppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.



LAVORO

- > Sosteniamo la libertà di associazione dei lavoratori e riconosciamo il diritto alla contrattazione collettiva;
- > non accettiamo forme di lavoro forzato, obbligatorio e minorile;
- > eliminiamo ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.



AMBIENTE

- > Sosteniamo un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali e intraprendiamo iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;
- > incoraggiamo lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.



LOTTA ALLA CORRUZIONE

- > Ci impegniamo a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

Rating di Sostenibilità

GRI 2-24

A settembre 2024 Ecovadis ha attribuito al Gruppo Lucart il rating Platinum per il terzo anno consecutivo: una valutazione ottenuta solo dall'1% delle imprese analizzate a livello mondiale.

> Chi è Ecovadis

Ecovadis è l'Agenzia internazionale di **rating ESG** che ogni anno esamina più di 130.000 aziende di oltre 220 settori produttivi nel mondo **valutando le attività** e i sistemi di gestione **sotto il profilo dell'attenzione all'ambiente e della responsabilità sociale**.

MODELLO DI VALUTAZIONE ECOVADIS

Ecovadis misura le performance di sostenibilità riferite a 4 aree



AMBIENTE



LAVORO E DIRITTI UMANI



APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE



ETICA

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO

Lucart ha costantemente migliorato il proprio rating di sostenibilità:



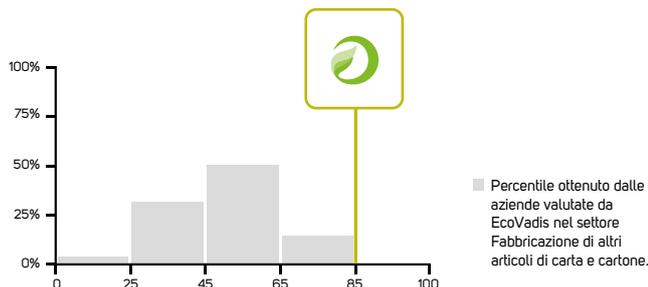
Punteggio complessivo
75/100



Punteggio complessivo
84/100



Punteggio complessivo | **Punteggio area ambiente**
85/100 | **100/100**



SBTi



Lucart a inizio 2024 ha espresso il proprio commitment verso la Science Based Target Initiative (SBTi) con l'obiettivo di sviluppare una strategia di riduzione delle proprie emissioni di gas serra basata sulle più recenti evidenze scientifiche e validata da un organismo terzo.

Con l'adesione al programma, Lucart si impegna entro la fine del 2025 a presentare target di riduzione specifici sulle emissioni controllate direttamente (Scopo 1), emissioni indirette legate alla produzione di elettricità, vapore o calore acquistati da rete (Scopo 2) ed emissioni indirette provenienti dalla propria catena del valore (Scopo 3).

In particolare, Lucart, nel corso del 2024, si è focalizzata sull'elaborazione di un Piano di Decarbonizzazione a livello di Gruppo, funzionale all'individuazione e sviluppo di obiettivi di riduzione cosiddetti a medio termine (Near-Term Reduction Targets) che si configurano come un punto di partenza imprescindibile per la definizione di strategie climatiche ancora più sfidanti. Tali obiettivi verranno sottoposti a validazione alla SBTi entro la fine del 2025.

Nata nel 2015 dall'accordo tra CDP (ex Carbon Disclosure Project), il Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), il World Resources Institute (WRI) e il World Wide Fund for Nature (WWF), la SBTi supporta le aziende nel definire buone pratiche e fissare obiettivi basati su evidenze scientifiche in linea con quanto stabilito nel 2015 dall'Accordo della COP21 di Parigi in merito al riscaldamento climatico (contenere il riscaldamento globale al di sotto di 2°C rispetto alla temperatura dell'epoca preindustriale impegnandosi a limitarlo a 1,5°C) e valuta in modo indipendente i programmi delle aziende con l'intento di aumentare il loro vantaggio competitivo nel passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio.

Amfori BSCI



Lucart entro il 2025 si impegna ad aderire all'Amfori - Business Social Compliance Initiative (Amfori BSCI) per il monitoraggio e il miglioramento delle prestazioni di responsabilità etica e sociale sia interne ai confini aziendali sia nella propria catena di fornitura.

Gli step operativi implementati nella seconda parte del 2024 vedranno piena realizzazione nel corso del 2025 con la finalizzazione di un sistema di monitoraggio strutturato e di un'adeguata *due diligence* in ambito etico, sociale e ambientale da applicare sia internamente sia lungo la propria catena del valore.

Amfori BSCI è un'iniziativa mondiale, fondata nel 2003, con lo scopo di migliorare le condizioni di lavoro nelle catene operative globali. La certificazione BSCI si basa su un Codice di condotta, che include i principi dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (International Labour Organisation: ILO), oltre a criteri etici e ambientali.

Analisi di Materialità

GRI
2-12
2-13
2-25
2-29
3-1
3-2

In linea con quanto richiesto dai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI standards), il presente Rapporto di Sostenibilità si focalizza sui temi rilevanti (cd. "materiali"), che rappresentano gli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui loro diritti umani.

I temi materiali sono stati individuati tramite l'analisi di materialità, che è stata rinnovata nel 2023 in modo da incrementarne l'allineamento con l'ultima versione degli standard GRI, pubblicata nel 2021 ed entrata in vigore da gennaio 2023.

Lucart ha quindi fondato l'analisi di materialità nella mappatura e valutazione degli impatti dell'organizzazione verso l'economia, l'ambiente, le persone e i loro diritti umani, percorrendo i seguenti passi secondo le indicazioni GRI:



Il processo di Analisi di Materialità svolto nel 2023 si è basato in primis sull'identificazione degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi maggiormente rilevanti per l'Azienda e per il contesto all'interno del quale essa opera, suddivisi nelle tre dimensioni della sostenibilità: economica e di governance, sociale e ambientale. Per valutare quali impatti fossero più significativi è stato sottoposto un questionario al comitato ESG istituito dalla direzione aziendale (per dettagli su tale comitato si rimanda a pagina 56, paragrafo 1.13). Per ogni impatto identificato è stato definito un livello di rilevanza, basato sugli aspetti di importanza e probabilità a esso collegati.

In base ai punteggi ottenuti, è stata compilata una lista di temi prioritari, il cui ordine riflette il livello di significatività per il Gruppo.

La lista di temi materiali e di impatti correlati è stata validata dalla direzione aziendale in Comitato ESG in data 20 ottobre 2023.



I temi materiali aggiornati a seguito dell'analisi svolta sono i seguenti:

AMBITO	I TEMI MATERIALI DI LUCART	
GOVERNANCE	INTEGRITÀ E SOSTENIBILITÀ DEL BUSINESS	Conduzione del business e delle relazioni con gli stakeholder nell'ottica della legalità, dell'etica e della trasparenza, prestando attenzione a prevenire fenomeni di corruzione e garantendo una concorrenza leale e la sicurezza dei dati e la privacy.
	APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE DELLE RISORSE LUNGO LA FILIERA	Acquisto di beni e servizi sulla base di indicatori di carattere ambientale, sociale e di governance, nel rispetto dei diritti umani e in coerenza con i valori aziendali.
	SICUREZZA DEL PRODOTTO	Rispetto della normativa del mercato di riferimento, ivi inclusi, i rischi in ambito salute e sicurezza legati all'uso dei prodotti.
	SODDISFAZIONE DEI CLIENTI E CONSUMATORI FINALI	Volontà di soddisfare o superare le aspettative dei clienti e consumatori finali (ad es. qualità del prodotto, politiche di fidelizzazione, ecc.).
SOCIALE	SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	Rispetto della normativa cogente in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro (ad es. monitoraggio degli incidenti, misure di prevenzione, percorsi di educazione e formazione in ambito salute e sicurezza, ecc.).
	SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO	Strategie aziendali in materia di programmi di formazione e sviluppo delle competenze, nonché, le politiche in materia di uguaglianza e non discriminazione di genere e implementazione di un welfare aziendale vicino alle esigenze dei dipendenti, orientato al miglioramento del benessere delle persone e a una migliore conciliazione fra vita privata e lavoro.
	SOSTEGNO DELLA COMUNITÀ LOCALE	Considerare una ridistribuzione della ricchezza mediante il coinvolgimento di partner strategici appartenenti al territorio di riferimento (ad es. relazioni con il territorio per progetti specifici, ecc.).
AMBIENTALE	RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE	Investire in attività di ricerca e sviluppo che prevedono il coinvolgimento di enti locali come università, scuole, centri di ricerca, ecc.
	CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI	Adozione di politiche e interventi tecnico-impianstistici di riduzione e ottimizzazione delle emissioni dirette e indirette, dei consumi energetici, idrici e degli scarti derivanti dall'attività di business (ad es. produzione e acquisto di energia da fonti rinnovabili, riciclo delle acque, impianti di recupero, riduzione della disponibilità di risorse idriche, ecc.).
	SOSTENIBILITÀ DI PRODOTTO E DI PROCESSO	Realizzazione di prodotti nel rispetto della gestione responsabile delle risorse economiche, ambientali e sociali, con particolare attenzione a un uso responsabile della risorsa idrica e alla riduzione dell'impatto legato alla produzione di rifiuti.

La lista degli impatti significativi è riportata al capitolo "Analisi degli impatti correlati ai temi materiali" a pag. 132 mentre la gestione degli impatti negativi generati dal Gruppo sarà trattata nei relativi capitoli tematici.

CATEGORIE DI STAKEHOLDER PER LUCART

- > Clienti e consumatori finali
- > Azionisti e finanziatori
- > Dipendenti
- > Fornitori
- > Comunità locale
- > Enti di regolamentazione e istituzioni
- > Media
- > Scuole/università ed enti di ricerca
- > Associazioni di categoria
- > Organizzazioni sindacali
- > ONG
- > Partner strategici per la circolarità
- > Concorrenti

Nel 2024 l'analisi di materialità è stata aggiornata per la sola parte relativa alle istanze degli stakeholder.

Alle istanze degli stakeholder è stata aggiunta la categoria 'Partner strategici per la circolarità' alla mappatura degli stakeholder prioritari, in quanto rappresenta un elemento chiave per l'avvio di progetti di sviluppo sostenibile e richiede specifiche modalità di coinvolgimento e ascolto. Con l'aggiornamento al 2024 della materialità, è emersa inoltre l'esigenza di considerare anche i concorrenti come stakeholder prioritari.

Le tematiche materiali sono state quindi sottoposte alla valutazione degli stakeholder del Gruppo Lucart tramite diverse modalità.

Ai rappresentati delle categorie dipendenti, azionisti e finanziatori, ONG, sindacati, media, fornitori, clienti e consumatori finali, comunità locale, e associazioni di categoria è stato inviato un questionario focalizzato sugli impatti che le attività di Lucart determinano o possono generare sull'ambiente e le persone, per determinarne la significatività dal punto di vista degli stakeholder.

Per le categorie enti di regolamentazione, scuole/università ed enti di ricerca, e partner strategici per la circolarità, è stata svolta un’analisi documentale, andando a rintracciare, per parole chiave nei documenti e pagine web pubblicamente disponibili, l’eventuale presenza delle tematiche di sostenibilità prioritarie per Lucart.

Le attività di *engagement* fin qui descritte hanno permesso di comprendere il punto di vista degli stakeholder prioritari per Lucart e quanto le aspettative e istanze esterne aderiscano al punto di vista dell’azienda rispetto a quali siano le tematiche prioritarie e più urgenti che Lucart dovrebbe gestire.

La **Sostenibilità di prodotto e di processo** risulta il tema più attenzionato dagli stakeholder di Lucart, insieme allo **Sviluppo e gestione del capitale umano** e alla **Ricerca, sviluppo e innovazione**. I temi relativi al **Contrasto ai cambiamenti climatici**, alla **Salute e sicurezza dei lavoratori** e alla **Sicurezza del prodotto** appaiono invece relativamente meno prioritari. Questo perché, da quanto emerge dai commenti ricevuti, le valutazioni hanno tenuto in considerazione l’alto presidio che Lucart opera su queste tematiche, pertanto i potenziali impatti sono stati interpretati come meno pertinenti o meno probabili per il contesto specifico di Lucart.

Dall’analisi non sono infine emerse tematiche potenzialmente rilevanti diverse da quelle già incluse nella materialità di Lucart relativamente alla rendicontazione 2023.

> Sviluppo preliminare di analisi di materialità finanziaria

A partire dal 2023 la Società ha svolto un esercizio preliminare di analisi di materialità finanziaria ispirato agli standard europei per la rendicontazione della sostenibilità ESRS, in particolare con il concetto di doppia materialità compresa in essi. Tale esercizio non è stato considerato nella definizione dei temi materiali relativi al presente Rapporto di Sostenibilità; pertanto, lo stesso e le relative disclosure non sono oggetto di assurance da parte del revisore così come l’informativa relativa alla gestione dei rischi.

Lucart ha individuato e valutato la rilevanza di rischi e opportunità di natura finanziaria significativi per il Gruppo, come primo passo verso l’implementazione dell’analisi di materialità finanziaria.

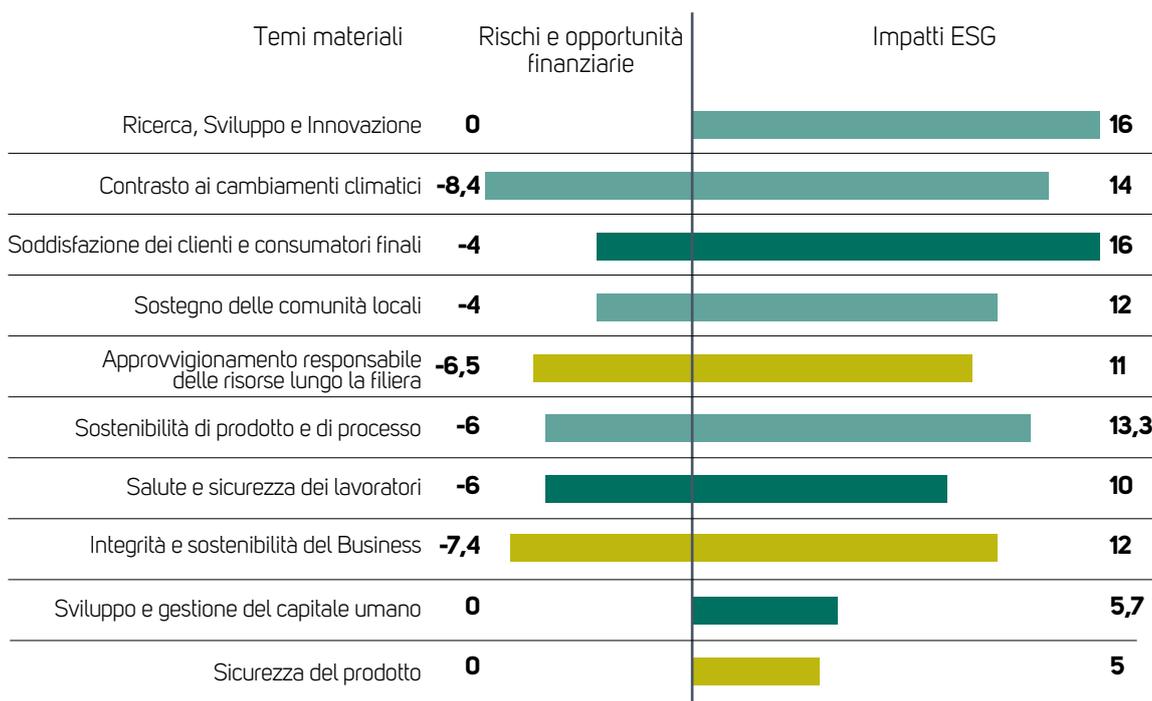
In maniera analoga, sono stati identificati, con la collaborazione del Comitato Rischi di Gruppo, i rischi e le opportunità finanziarie connesse ai temi di sostenibilità, anch’essi sottoposti a medesima valutazione di significatività da parte del Comitato ESG e del Comitato Rischi.

L’analisi di materialità risultante è stata confermata anche per l’anno 2024 ed è riportata nel grafico a seguire.

Si veda la sezione 1.16 “Gestione del Rischio” per maggiori dettagli.

DOPPIA MATERIALITÀ LUCART 2024

(La rappresentazione non è oggetto di assurance da parte del revisore).





LA DIREZIONE GIUSTA

GOVERNANCE

SDGs





1

Ci prendiamo cura delle persone con soluzioni globali per l'igiene e la protezione dei prodotti. Ci impegniamo a realizzare un modello di governance etico ed efficace perché vogliamo essere un punto di riferimento sui temi della sostenibilità.

1.1

Gruppo Lucart, la storia

GRI 2-1

L'innovazione è l'attitudine che contraddistingue il Gruppo dalle origini e oggi si traduce in prodotti d'avanguardia, attraverso la creazione di soluzioni innovative per vivere meglio il futuro e rispondere alle nuove sfide del mercato.



> 1953 Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini: la fondazione

La famiglia Pasquini è attiva nella produzione della carta ufficialmente dal 1953 quando i fratelli Alessandro, Eliseo, Fernando, Raffaello e Tarcisio fondarono la "Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini" in un piccolo paese sulle colline lucchesi chiamato Villa Basilica, ma erano attivi nel produrre carta già dagli anni '30 del secolo scorso. È una storia quella della famiglia Pasquini e di Lucart che si intreccia con quella del territorio, poiché proprio a Villa Basilica fra il 1830 e il 1840, il farmacista Stefano Franchi inventò un modo per produrre carta partendo dalla paglia, una materia reperibile in loco e disponibile in buone quantità.

La produzione di carta paglia e carta per imballaggi, iniziata nel primo stabilimento dei fratelli Pasquini a Botticino e poi continuata nel "Cartierino" in località Biecina di Villa Basilica, verrà affinata nello stabilimento di Lucca situato nel centro città, dove la forza dell'acqua che movimentava le macine di pietra rappresentava l'affascinante processo produttivo dell'epoca.

Oggi parleremmo di economia circolare perché si utilizzava uno scarto dell'agricoltura come materia prima per l'industria manifatturiera. Proprio per questa ragione storica, anche se oggi non si usa più la paglia ma si usa la pura cellulosa o la carta da riciclare, in provincia di Lucca si è sviluppato un distretto fortemente attivo sia nella produzione di carta per imballo sia di carta per uso igienico sanitario.

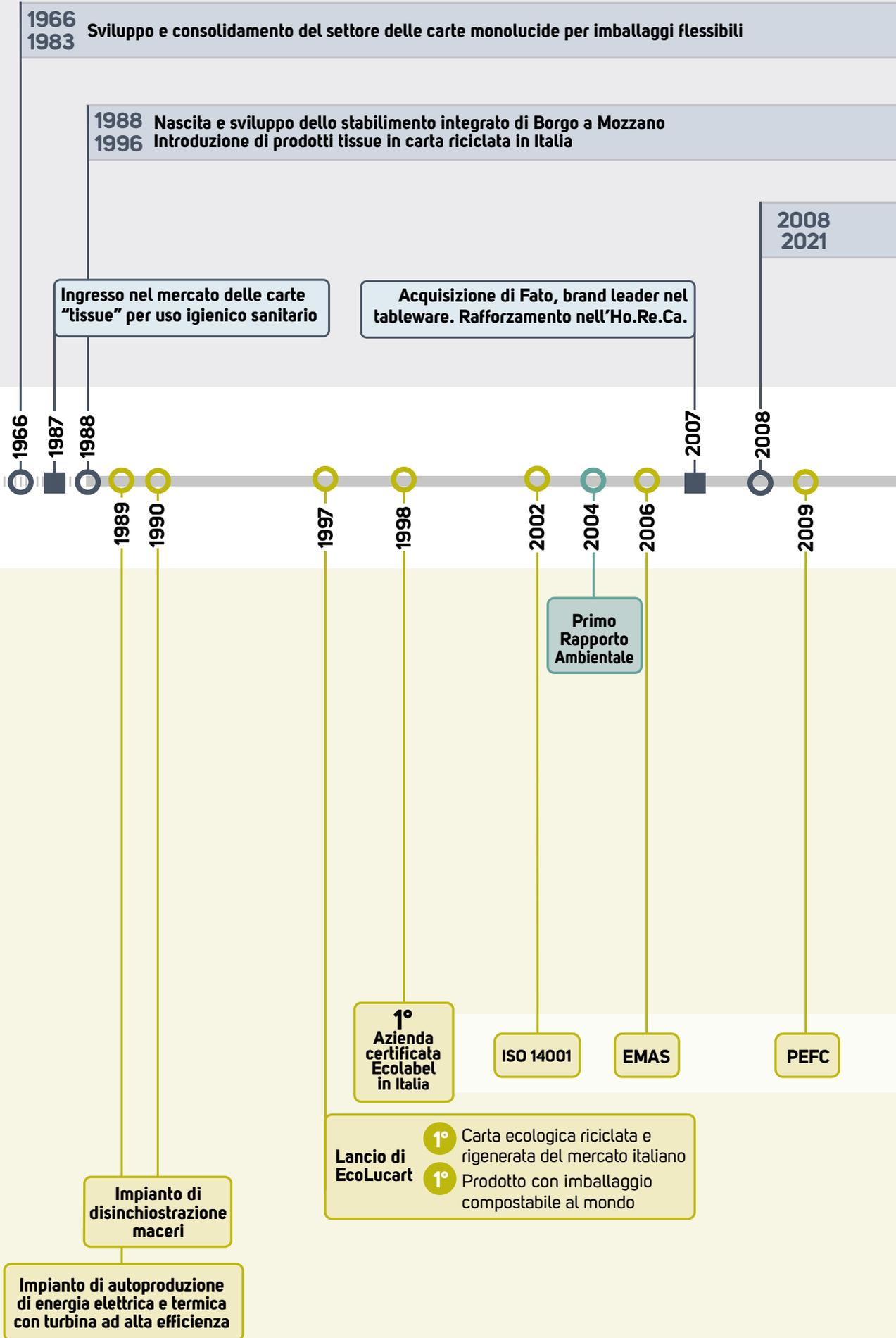




LA NOSTRA STORIA
INDUSTRIALE E
DI MERCATO

1953
FONDAZIONE
CARTIERA
LUCCHESE

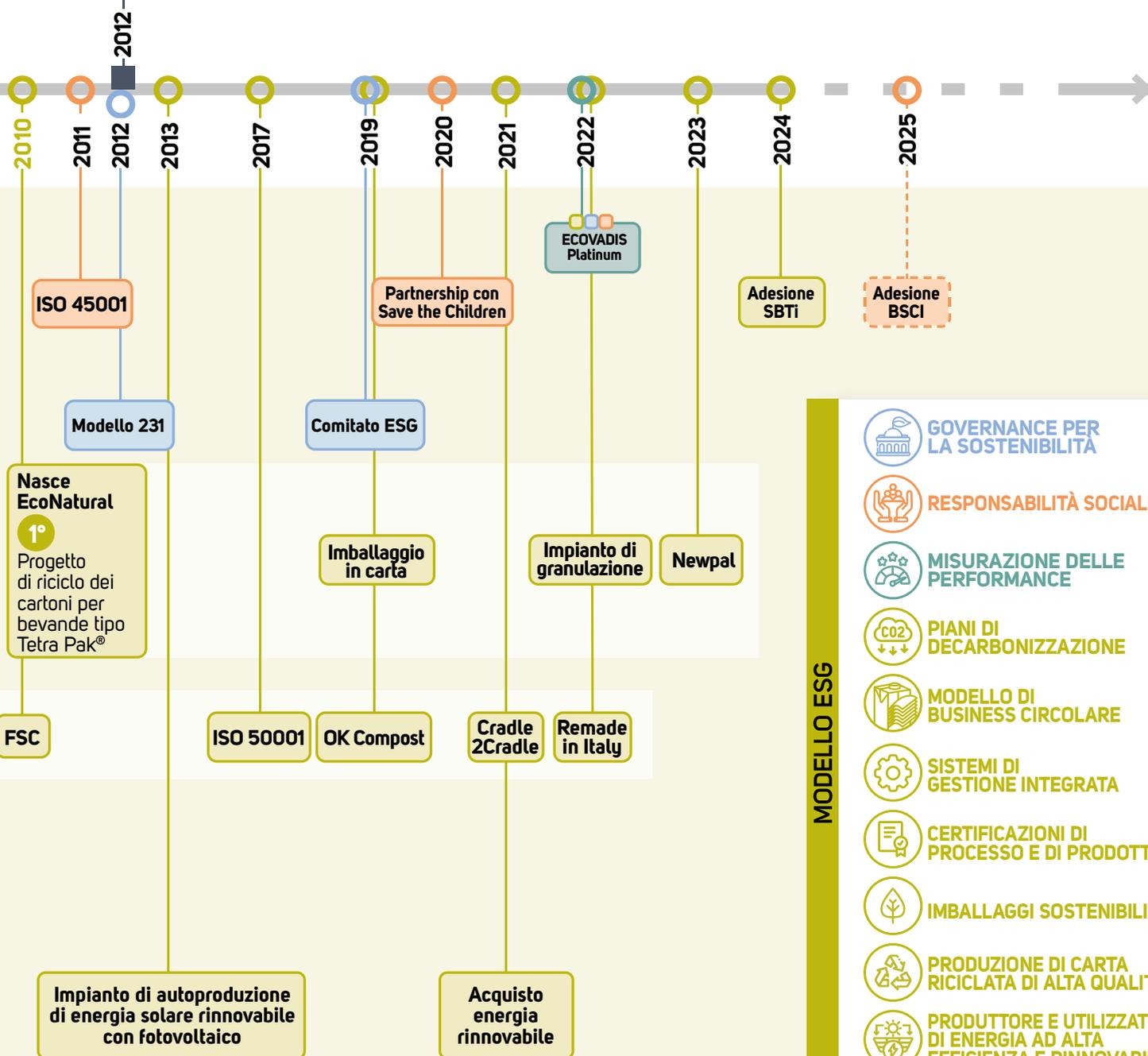
LA NOSTRA STORIA
DI SOSTENIBILITÀ



Tematica Sociale Tematica Governance Tematica Ambientale

Acquisizioni in Francia (2008), Ungheria (2016), Spagna (2018), UK (2021). Sviluppo del Brand Lucart Professional

Crescita nel mercato Consumer in Italia
Acquisizione del Brand Tenderly e Tutto Pannocarta



POSIZIONE DI MERCATO

- 1° PRODUTTORE DI CARTE MONOLUCIDE E VELINE RICICLATE IN EUROPA
- 1° PRODUTTORE NEL SETTORE AFH IN ITALIA
- 1° PRODUTTORE DI CARTA TISSUE RICICLATA NEL SUD EUROPA
- 2° PRODUTTORE NEL SETTORE AFH IN EUROPA

MODELLO ESG

- GOVERNANCE PER LA SOSTENIBILITÀ
- RESPONSABILITÀ SOCIALE
- MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE
- PIANI DI DECARBONIZZAZIONE
- MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE
- SISTEMI DI GESTIONE INTEGRATA
- CERTIFICAZIONI DI PROCESSO E DI PRODOTTO
- IMBALLAGGI SOSTENIBILI
- PRODUZIONE DI CARTA RICICLATA DI ALTA QUALITÀ
- PRODUTTORE E UTILIZZATORE DI ENERGIA AD ALTA EFFICIENZA E RINNOVABILE

1.2 Stabilimenti del Gruppo

Al 31 dicembre 2024

GRI 2-1



(Regno Unito) 

BLACKMORE PARK

Lucart Hygiene Ltd.

Stabilimento di sola trasformazione dedicato principalmente alla produzione di articoli in carta tissue per l'igiene per il settore Away from Home.

Linee di trasformazione 5



(Francia) 

SAINT-DIÉ-DES-VOSGES

Lucart SAS

Centro Logistico automatizzato dedicato ai prodotti Away from Home. Situato nella zona commerciale di Hellieule, si estende su una superficie di più di 22.000 mq.



(Francia) 

LAVAL-SUR-VOLOGNE

Lucart SAS

Situato nel dipartimento dei Vosgi, lo stabilimento produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa e carta da riciclare. Il sito è il punto di riferimento in Francia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®.

Macchine da carta 2

Linee di trasformazione 9



(Spagna) 

ARTZINIEGA

Lucart Tissue & Soap S.L.U.

Stabilimento dedicato ai prodotti per l'igiene. Trasforma le bobine jumbo in carta tissue prodotte nello stabilimento di Aranguren in prodotti finiti e realizza prodotti cosmetici quali saponi, detergenti e sanitizzanti per il mercato Away from Home.

Linee di trasformazione carta 4

Linee skin care 2



(Spagna) 

ARANGUREN

Lucart Tissue & Soap S.L.U.

Stabilimento di sola cartiera per la produzione di carta tissue in bobina jumbo da cellulosa vergine e da carta da riciclare.

Macchine da carta 2

(Germania) 

FRANCOFORTE

Uffici commerciali

(Slovenia) 

LUBIANA

Circular Shield D.o.o.



(Ungheria) 

NYERGESÚJFALU

Lucart Kft.

Stabilimento di sola trasformazione dedicato alla produzione di articoli per il settore Away from Home specializzato nel servizio dei mercati del centro e dell'est Europa.

Linee di trasformazione 4





(Italia) 

TORRE DI MOSTO (VE)

Lucart S.p.A.

Stabilimento di sola trasformazione dedicato al brand Fato, il brand leader in Italia per l'apparecchiatura della tavola. Realizza prodotti in carta stampati, decorati e personalizzati, destinati principalmente al mercato Ho.Re.Ca.

Linee di trasformazione 18



(Italia) 

CASTELNUOVO DI GARFAGNANA (LU)

Lucart S.p.A.

Stabilimento integrato con un reparto di cartiera e uno di cartotecnica dedicati principalmente alla produzione degli articoli a marchio Tenderly e Tutto.

Macchine da carta 1
Linee di trasformazione 4



(Italia) 

ALTOPASCIO (LU)

Lucart S.p.A.

Centro Logistico automatizzato dedicato ai prodotti Away from Home. Situato nei pressi dell'Autostrada A11 Firenze-Mare, si estende su una superficie di più di 24.000 mq.



(Italia) 

PORCARI (LU)

Lucart S.p.A. (sede legale)

Quartier Generale del Gruppo, attivo dal 1966, produce bobine jumbo di carta tissue bianca e colorata e carta monolucida per imballaggi flessibili da pura cellulosa vergine, carta da riciclare e mix delle due.

Macchine da carta 3



(Italia) 

AVIGLIANO (PZ)

Lucart S.p.A.

Stabilimento integrato per la produzione e la trasformazione della carta airlaid. La carta airlaid si distingue per l'innovativa tecnologia di produzione che non utilizza acqua nel processo produttivo e viene utilizzata per la realizzazione di prodotti super-assorbenti.

Macchine da carta 1
Linee di trasformazione 4



(Italia) 

BORGO A MOZZANO - DIECIMO (LU)

Lucart S.p.A.

Il più grande stabilimento integrato del Gruppo: produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa vergine e da carta da riciclare a proprio marchio e per la grande distribuzione. È il punto di riferimento in Italia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®. È dotato anche di un granulatore per il completo recupero del polietilene e dell'alluminio presenti nei cartoni per alimenti.

Macchine da carta 3
Linee di trasformazione 19

1.3

Tipologia di carte prodotte

Negli stabilimenti del Gruppo vengono prodotte tre diverse tipologie di carte:



CARTA MONOLUCIDA (MG)

Carta realizzata utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due.



CARTA TISSUE

Carte bianche e colorate realizzate utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due.



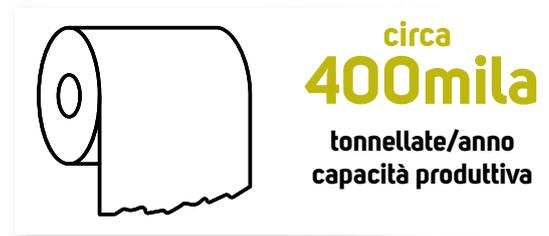
CARTA AIRLAID (A SECCO)

Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo che non prevede l'utilizzo di acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente, tant'è che può essere riutilizzata più volte.

1.4 Capacità produttiva

> Capacità produttiva settore carta

Il Gruppo al 31 dicembre 2024 ha una capacità produttiva complessiva di circa 400.000 tonnellate di carta, così distribuite:



Linea	Società	Stabilimento	Capacità Produttiva (t/a)			
			Tissue	Monolucida	Airlaid	Totale
PM3	Lucart S.p.A.	Porcari		50.000		
PM4	Lucart S.p.A.	Porcari	25.000			
PM5	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM6	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM7	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	60.000			
PM9	Lucart SAS	Laval-sur-Vologne	23.000			
PM10	Lucart SAS	Laval-sur-Vologne	38.000			
PM11	Lucart S.p.A.	Castelnuovo di Garfagnana	50.000			
PM12	Lucart S.p.A.	Porcari	35.000			
PM13	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
PM14	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
AM01	Lucart S.p.A.	Avigliano			15.000	
TOTALE			331.000	50.000	15.000	396.000

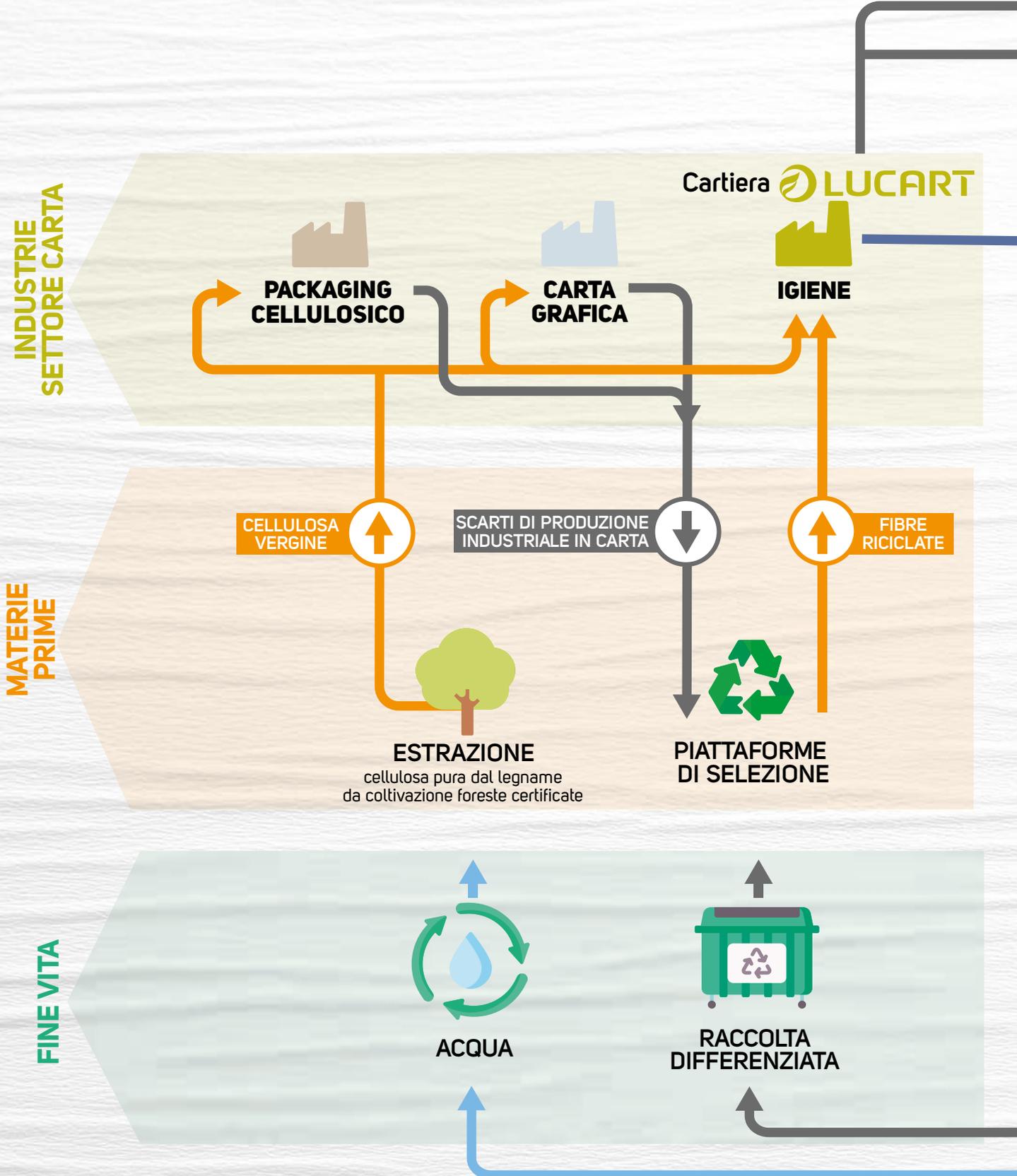
> Capacità produttiva settore skin care

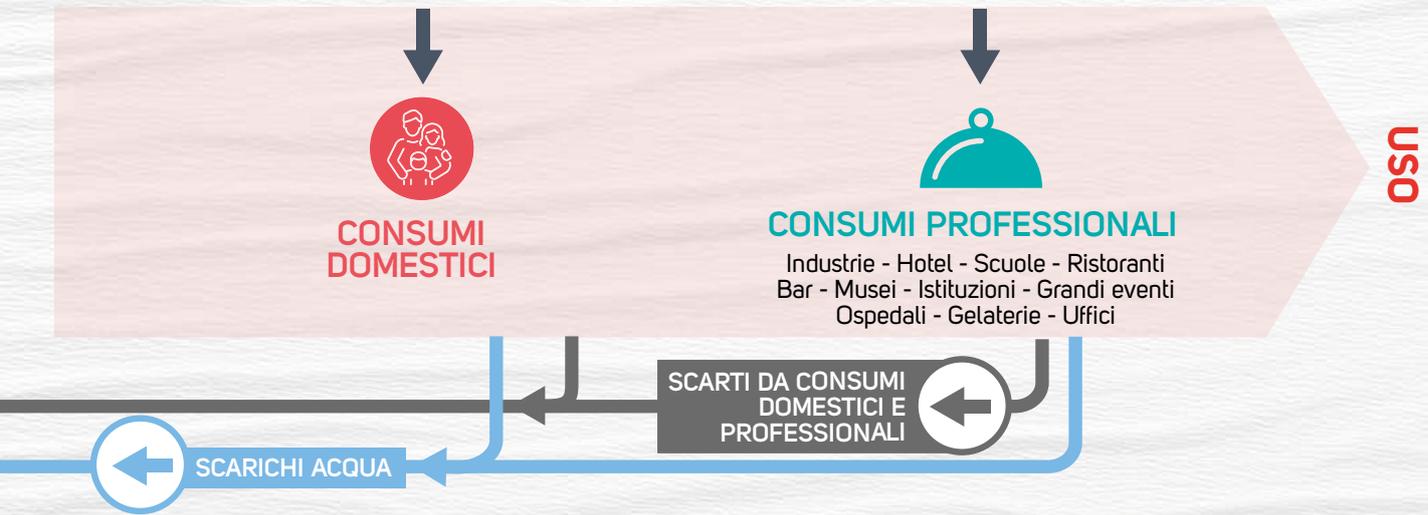
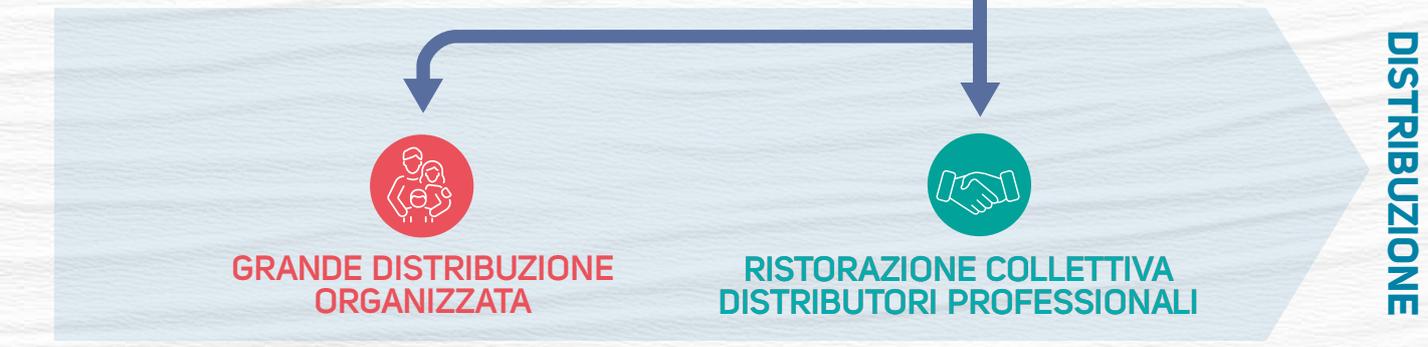
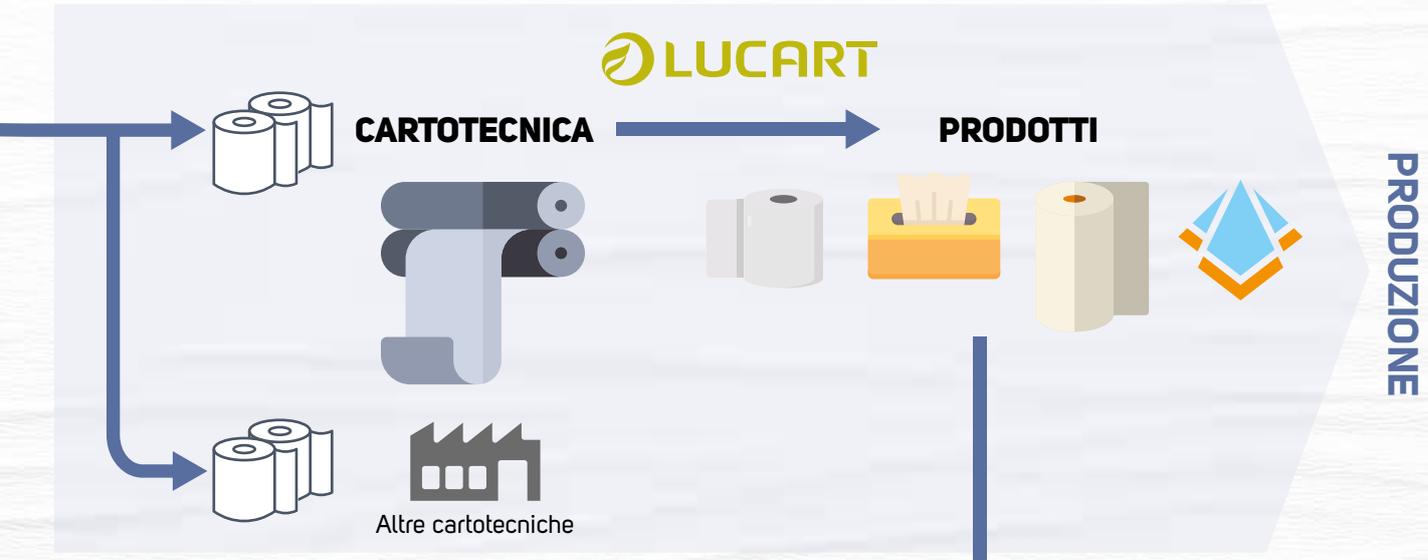
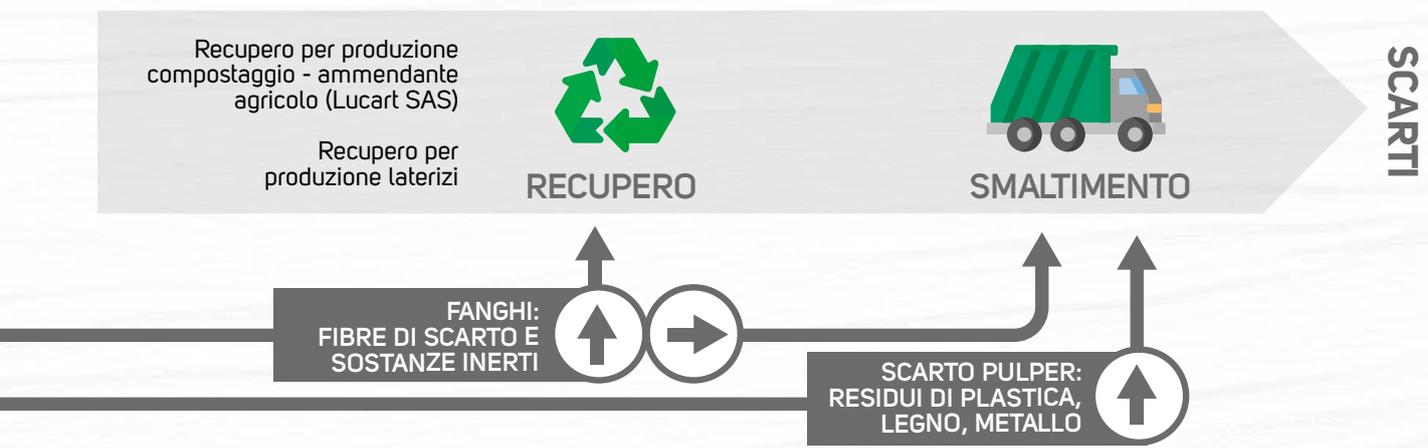
Nello stabilimento di Artziniega sono presenti due linee di produzione in grado di realizzare prodotti cosmetici per il settore Away from Home quali saponi, detergenti e sanitizzanti. La capacità produttiva è di circa 12 milioni di litri/anno.



1.5

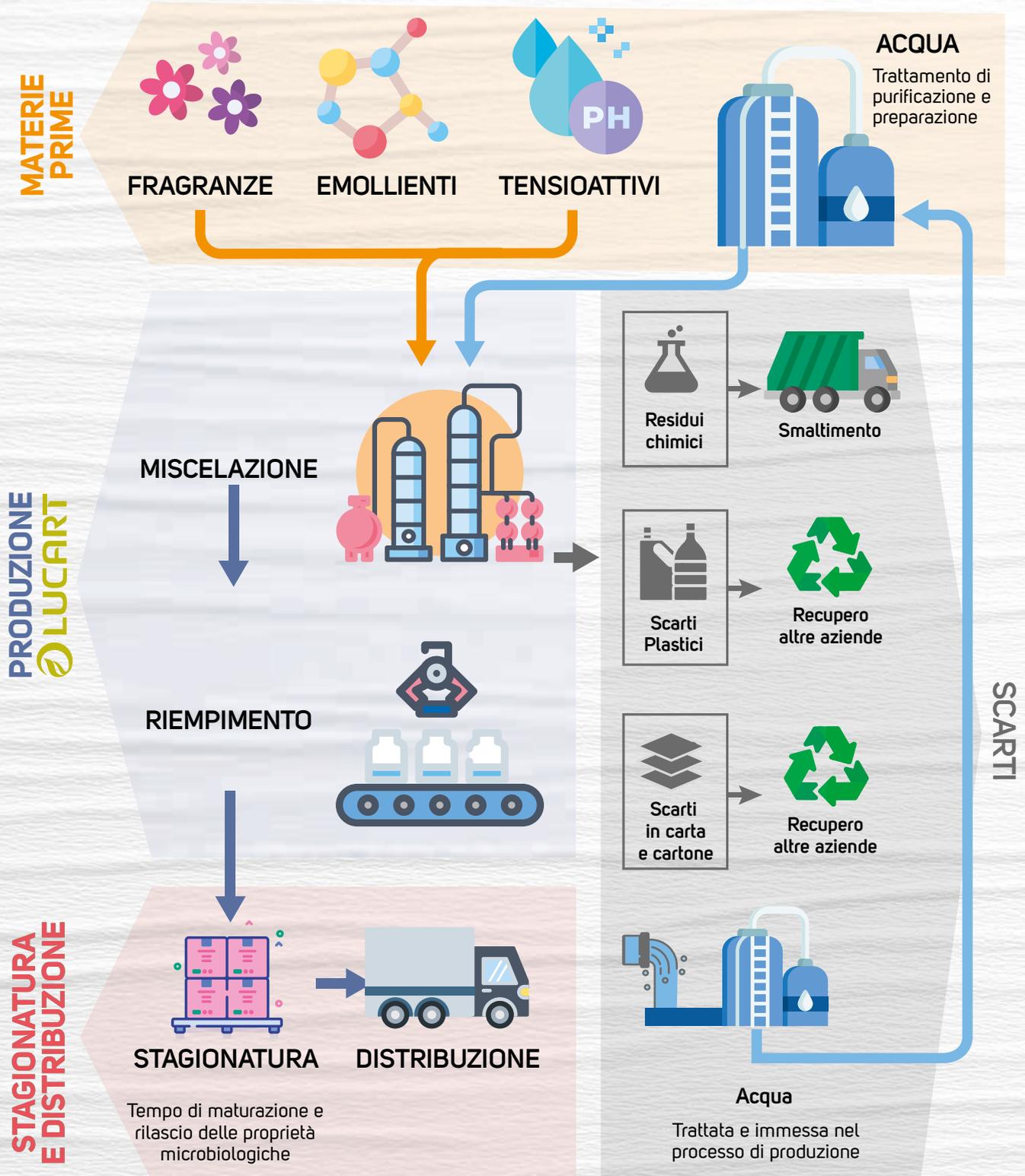
Il Processo Produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue





1.6

Il Processo Produttivo e ciclo di vita del prodotto cosmetico





1.7 Aree di Business

GRI 2-6

L'offerta commerciale del Gruppo è organizzata per soddisfare le esigenze di tre differenti aree di business:



AWAY FROM HOME

PRODOTTI IN CARTA PER L'IGIENE E SAPONI PER I CONSUMI NON DOMESTICI

Soluzioni innovative per l'igiene composte da prodotti dispensati realizzati in carta tissue, ottenuta con fibre vergini, riciclate e rigenerate, e in carta airlaid, sistemi di dispensazione e saponi consumati da comunità, ristorazione, industrie, imprese di pulizia, ecc.



CONSUMER

PRODOTTI IN CARTA PER L'IGIENE PER I CONSUMI DOMESTICI

Prodotti in carta tissue e carta airlaid, quali carta igienica, carta casa e tovaglioli, consumati a casa.



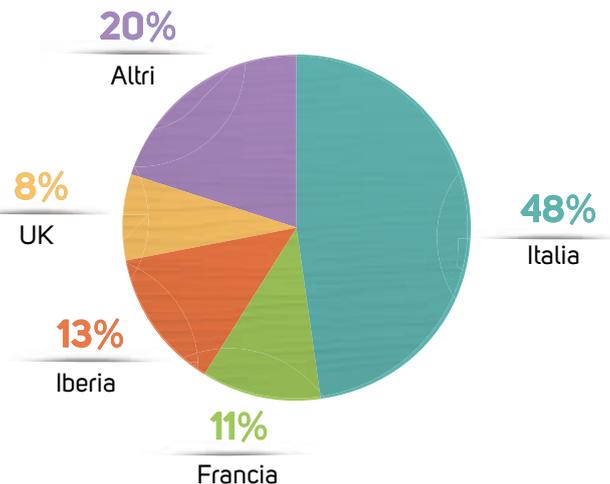
BtoB

**BOBINE JUMBO CARTE MONOLUCIDE
BOBINE JUMBO CARTE TISSUE
BOBINE JUMBO CARTE AIRLAID**

Bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche produttrici di sacchetti, carta regalo, carte accoppiate a polietilene o alluminio, tovaglie e altri imballaggi flessibili o trasformatrici di carte tissue o airlaid.

Nel 2024 i prodotti del Gruppo hanno soddisfatto le esigenze di partner commerciali e utilizzatori finali in più di 70 Paesi del mondo.

RIPARTIZIONE % DEI RICAVI PER AREA GEOGRAFICA



POSIZIONE DI MERCATO



2° PLAYER europeo
in termine di volumi
di prodotti tissue.



LEADER di mercato
in Italia.



LEADER in Italia
per le carte tissue
ecologiche.



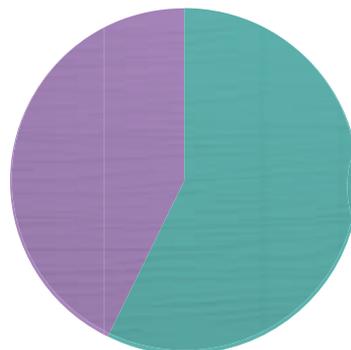
Tenderly e Tutto
fra i primi brand in Italia.



Leader a livello **europeo** nel settore delle carte monolucide di bassa grammatura e partner delle principali industrie trasformatrici europee di carte tissue e carte airlaid.

RIPARTIZIONE %
DELLE VENDITE
(A VALORE) PER
BRAND/PRIVATE LABEL

42,4%
Private Label



57,6%
Brand

Area Away from Home (AFH)

GRI 2-6



La divisione AFH propone soluzioni innovative per l'igiene composte da prodotti dispensati realizzati in carta tissue, ottenuta con fibre vergini, riciclate e rigenerate, e in carta a secco "airlaid", che utilizza l'aria nel processo di lavorazione delle fibre di cellulosa, sistemi di dispensazione e soluzioni per l'igienizzazione delle mani. La divisione si propone inoltre quale player internazionale nel mercato dei saponi.

I brand della divisione si pongono quali partner per gli operatori del settore garantendo la massima qualità del servizio nella piena soddisfazione dell'utente finale.



Il marchio Lucart Professional offre al mercato AFH soluzioni igieniche avanzate e sostenibili. Una gamma completa di carta tissue, carta a secco airlaid, saponi e sistemi di erogazione per tutti i settori di utilizzo.

Grazie a un approccio innovativo e a tecnologie all'avanguardia, Lucart Professional offre soluzioni igieniche per il mercato del fuori casa che non solo rispettano l'ambiente ma migliorano anche la vita quotidiana dei nostri clienti, combinando prestazioni, innovazione, qualità e sostenibilità.

In un mondo in cui la sostenibilità è più che mai al centro delle nostre scelte, Lucart Professional si distingue come leader dell'economia circolare nel settore, grazie alla linea EcoNatural, a cui si affiancano numerose altre attività volte a ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti, come il Sustainable Packaging Programme e il raggiungimento della Climate Neutrality per gli asciugamani e le carte igieniche della linea EcoNatural. A questo si affiancano anche i progetti di educazione alla sostenibilità nelle scuole e le collaborazioni con le municipalità e aziende private per migliorare i processi di riciclo.

Un impegno verso la sostenibilità certificato da risultati concreti.



Un'attenzione alla sostenibilità economica oltre che ambientale con la proposta di soluzioni di dispensazione che riducono i consumi e i costi in uso.

Una vocazione all'innovazione globale che aiuta la filiera commerciale a raggiungere risultati eccellenti e il mondo a diventare un luogo migliore dove vivere.





SUSTAINABLE PACKAGING PROGRAMME

In Lucart Professional tecnologia e responsabilità ambientale si combinano in maniera armoniosa con l'obiettivo di migliorare il benessere delle persone e del pianeta.

È così da sempre dal punto di vista del prodotto. Ed è così oggi anche dal punto di vista dei confezionamenti. Il Sustainable Packaging Programme rappresenta l'impegno di Lucart Professional per realizzare imballaggi sempre più sostenibili tramite l'utilizzo di tecniche e di materiali dal ridotto impatto ambientale negli imballi sia primari sia secondari.

Una ricerca continua finalizzata ad adottare confezionamenti in plastica riciclata (min. 60%) o, laddove tecnicamente possibile, in carta riciclata, all'utilizzo di anime in cartone riciclato e riciclabile, e alla riduzione degli spessori dei confezionamenti e degli scarti di processo, per limitare sempre di più l'impatto ambientale dei propri prodotti.



NUOVI RISULTATI E CERTIFICAZIONI PRODOTTI ECONATURAL

Lucart Professional continua il suo percorso verso una sostenibilità sempre maggiore, riuscendo a ottenere nuovi importanti risultati e certificazioni sui prodotti della gamma EcoNatural. Nel 2024, infatti, anche le carte igieniche e gli asciugamani della linea EcoNatural prodotti presso gli stabilimenti produttivi in Spagna e Ungheria hanno ottenuto la Climate Neutrality, che attesta che tutte le emissioni di gas a effetto serra generate durante il ciclo di vita del prodotto, in un determinato periodo di tempo, sono state neutralizzate. Un altro importante traguardo è stato il passaggio da Cradle to Cradle Bronze a Cradle to Cradle Silver per i prodotti EcoNatural realizzati nello stabilimento francese di Laval-sur-Vologne. Gli stessi hanno inoltre ottenuto anche la certificazione Blue Angel, che identifica prodotti che rispettano requisiti ambientali, di salute e di prestazioni elevate.



ECONATURAL: LANCIO DELLA NUOVA GAMMA DI DISPENSER FLOW

Nel 2024, Lucart Professional ha lanciato la nuova gamma di dispenser EcoNatural Flow, realizzati con materiali di scarto dei cartoni per bevande. Dall'alluminio e dal polietilene derivati dai cartoni per bevande viene realizzato l'Al.Pe.[®], una materia prima certificata riciclata, da cui nascono i dispenser della linea FLOW.

I dispenser FLOW si distinguono per un design esclusivo e brevettato, caratterizzato da linee sinuose ed eleganti.

La gamma offre dispenser per ogni necessità: dai dispenser per asciugamani piegati, per carta igienica interfogliata, e per carta igienica a rotolo jumbo, fino alle ultime novità come Autocut Flow per asciugamani a rotolo, il dispenser L1 con erogazione foglio a foglio per carta igienica. Tutta la linea Flow è disponibile in bianco e nero, è riciclabile ed è certificata ReMade in Italy e OK Recycled.



NUOVO SITO WEB LUCART PROFESSIONAL

Nel 2024, Lucart Professional ha rilanciato il proprio sito web. I nuovi aggiornamenti sono stati implementati per offrire una navigazione migliorata e un'esperienza utente ottimizzata. Gli utenti potranno consultare facilmente il catalogo prodotti e accedere a diverse informazioni relative ai progetti e alle iniziative di Lucart Professional, con pochi e semplici click.



Velo

Un abbinamento di carte certificate ecologiche e sistemi di dispensazione, imbattibili nella riduzione dei consumi, distribuito da selezionati concessionari su tutto il territorio italiano. Il brand Velo è garanzia di qualità, professionalità e servizio nel mercato Away from Home.



Nel 2024, il brand Velo ha proseguito con successo la sua attività, focalizzandosi su un abbinamento vincente di carte certificate ecologiche e sistemi di dispensazione, distribuiti da selezionati concessionari su tutto il territorio italiano. Questo approccio ha permesso di ottenere risultati eccezionali nella riduzione dei consumi, confermando Velo come sinonimo di qualità, professionalità e servizio nel mercato Away from Home.

Grazie alla collaborazione con concessionari selezionati, Velo raggiunge una vasta clientela, offrendo soluzioni sostenibili e di alta qualità. Questo modello di business non solo promuove la sostenibilità ambientale, ma crea anche un valore aggiunto per i clienti, che riconoscono e apprezzano l'impegno del brand nel fornire prodotti eccellenti e rispettosi dell'ambiente.

Nel corso del 2024, è stato lanciato anche il nuovo sito VELO, in linea con il rebranding. Questo restyling valorizza il valore della partnership con nuove grafiche e una user experience rivista. La navigazione è ora più immediata e intuitiva, offrendo un'immagine moderna e accattivante e rafforzando la connessione con i clienti e partner.



FATO

FATO è il brand del gruppo Lucart specializzato nel tovagliato monouso in carta Tissue e Airlaid per il mercato Ho.Re.Ca., grazie all'eccellenza della materia prima e al design rigorosamente Made in Italy.



Tovaglie, tovaglioli, runner, buste portaposate, tovagliette e molto altro ancora: ogni prodotto FATO combina la qualità delle materie prime, l'igiene e la comodità del monouso, con un forte impegno verso il rispetto dell'ambiente e la ricerca di soluzioni sempre più sostenibili. La selezione di FATO è fresca e contemporanea, reinterpretando in chiave originale i nuovi trend di cromie e trame, arricchendo così la gamma di prodotti texturati.

La nuova collezione FATO abbraccia tutte le linee di prodotti, rispondendo alle diverse esigenze dei ristoratori. Dalle apparecchiature più raffinate in Airlaid, declinate in chiave contemporanea con il nuovo smart runner che può vestire tavole di diverse dimensioni, alle nuove texture del canvas, fino alle tovagliette in carta paglia stampate, ideali per pizzerie e birrerie che desiderano ripensare l'apparecchiatura della tavola in chiave moderna.

L'impegno di FATO verso la sostenibilità si riflette nella scelta di materiali ecologici certificati, come le carte Tissue e Airlaid, che garantiscono un impatto ambientale ridotto senza compromettere le prestazioni. Le carte utilizzate sono certificate FSC e PEFC, assicurando che i prodotti rispettano rigidi criteri di tutela ambientale durante tutto il loro ciclo di vita.

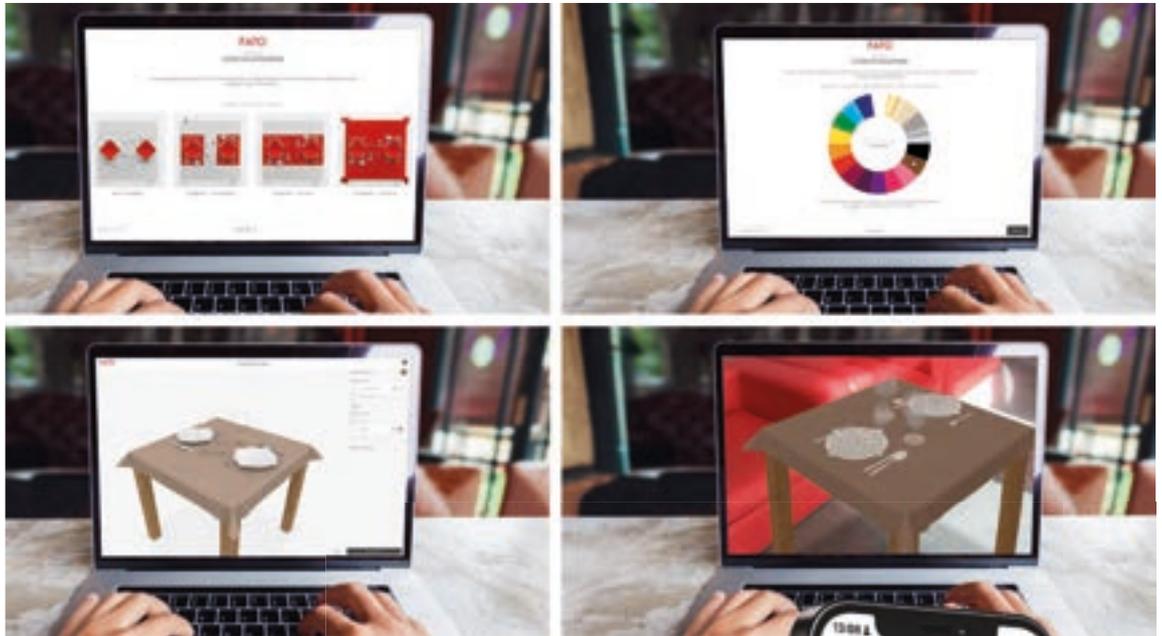
Queste certificazioni attestano l'impegno del brand nel garantire prodotti sicuri, di alta qualità e rispettosi dell'ambiente, attraverso un processo produttivo trasparente e certificato.



NUOVI TOOL DIGITALI PER FATO

Nel 2024, FATO ha introdotto innovativi **tool digitali** per migliorare l'esperienza dei clienti e promuovere la sostenibilità. Uno di questi strumenti è il configuratore 3D, che consente di simulare le apparecchiature tavola utilizzando l'assortimento di prodotti FATO. Questo tool permette agli utenti di vedere in anteprima come apparirà la loro tavola, personalizzando decori, colori e formati. Inoltre, è possibile ricevere un QR code che consente la visualizzazione della simulazione in realtà aumentata direttamente nel proprio ambiente. Questo strumento non solo rende il processo di scelta più divertente e personalizzato, ma contribuisce anche a ridurre gli sprechi, permettendo di visualizzare e modificare le scelte prima dell'acquisto.

Parallelamente, il sito web di FATO è stato sottoposto a un restyling in ottica di sostenibilità. L'obiettivo principale è stato ridurre le emissioni di CO₂ delle properties digitali, diminuendo il consumo di energia attraverso pratiche di costruzione e hosting sostenibili. Le pagine web sono state ottimizzate per essere più veloci, accessibili e rispettose dell'ambiente.



LANCIO LUCARTFORME

Lucart mette a disposizione un'esclusiva area riservata destinata alla filiera commerciale, per garantire una connessione costante con il mondo Lucart.

Dall'area riservata è possibile accedere, infatti, a tutti i tool commerciali Lucart Professional, Velo e FATO, ossia il Consumption Simulator, l'Environmental Saving Calculator, il Design Studio, il Tree challenge, il configuratore FATO e l'area riservata Velo.

LUCART *For ME*



1.9

Area Consumer

GRI 2-6



La divisione Consumer posiziona Lucart fra i principali attori a livello italiano e partner della Grande Distribuzione Organizzata europea sia per prodotti in pura cellulosa sia in carta riciclata.

I nostri brand accompagnano ogni giorno la vita di milioni di persone e vivono al loro fianco nelle loro abitazioni: prodotti in carta tissue e carta airlaid come carta igienica, carta casa, tovaglioli, tovaglette, fazzoletti e veline.

Tenderly

Tra i brand leader del mercato italiano, Tenderly da ormai 50 anni si prende cura delle famiglie, offrendo una gamma di prodotti premium per la cura e l'igiene della persona, dermatologicamente testati e certificati FSC® Mix. Tenderly è universalmente apprezzata per l'elevato grado di morbidezza che contraddistingue i suoi prodotti e rappresenta un importante riferimento nel segmento Cura Persona.

LA CARTA IGIENICA

Nel corso del 2024, dopo il corposo restyling che ha coinvolto la gamma nel 2023, l'offerta nel segmento igieniche si è ulteriormente ampliata grazie al lancio della nuova **Tenderly Pink**, nei formati scorta da 12 e 16 rotoli, dermatologicamente testata per l'igiene intima femminile. I rotoli si presentano gradevolmente profumati e decorati, e sono pensati per un target femminile sempre più attento ed esigente.



Un altro importante lancio riguarda la storica carta igienica **Tenderly Salvaspazio**: è stato ottimizzato il formato proposto al consumatore, abbandonando la storica confezione da 15 rotoli a favore della nuova confezione da 16 rotoli. Il nuovo formato del prodotto consente, infatti, di risparmiare il 20% dei mezzi di trasporto movimentati per la consegna dello stesso, se confrontato con altra confezione da 16 rotoli standard, sempre a marchio Tenderly.



I FAZZOLETTI

All'inizio del 2024, Tenderly ha rafforzato la linea dei fazzoletti Comfort, con il lancio del pratico astuccio in cartoncino contenente 80 veline. Morbide e confortevoli, 4 veli, rappresentano la soluzione ideale per avere il giusto grado di comfort anche nei momenti più delicati, come quello del raffreddore.

La gamma dei fazzoletti si presenta, quindi, finalmente ben articolata e completa:

Tenderly Carezza, la linea di fazzoletti 3 veli studiata per offrire al consumatore un fazzoletto

morbido, che sfrutta i plus offerti da una carta a elevata grammatura.

È disponibile nei formati 10, 15 e 30 pacchetti.

Tenderly Comfort, la linea di fazzoletti 4 veli extra resistenti, ideali per un uso intensivo, come ad esempio in occasione dei raffreddori. Disponibile in confezione da 12 e 30 pacchetti e astuccio in cartoncino contenente 80 veline interfogliate.



Tutto®

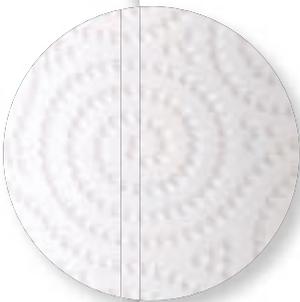
Brand storico specializzato nella pulizia e igiene della casa, presente sul mercato da ormai 40 anni, è l'unico, nel mercato di riferimento, a offrire prodotti realizzati in carta airlaid, anche più comunemente conosciuta come "carta a secco", una carta che presenta performance strabilianti in termini di assorbenza e di resistenza. Oggi la sua offerta si completa con le nuove linee di carta casa in carta tissue: Tutto Cucina Più, Tutto Cucina Style e Tutto Cucina Jolly, oltre che con la linea dei tovaglioli già lanciata in precedenza.

ASCIUGATUTTO

Il 2024 rappresenta un anno cruciale per lo storico brand: si avvia e si completa un importante progetto di restyling della categoria, che riguarda in primo luogo il logo, rinnovato nel lettering e ritoccato lievemente nelle cromie utilizzate per conferire un tocco di modernità assolutamente necessario, senza perdere il fil rouge con il passato. In secondo luogo, si è compiuto un importante upgrade qualitativo tra i prodotti presenti nella gamma, grazie allo sviluppo e all'impiego della nuova tecnologia Hi-PER. A completamento del progetto, tutto ciò ha poi trovato concretezza in un nuovo system grafico, in grado di catturare maggiormente l'attenzione a scaffale e a comunicare in modo chiaro le feature di ogni prodotto.

Nella prima metà dell'anno, sono stati lanciati i nuovi prodotti **Tutto Cucina Più** e **Tutto Cucina Style**, che rappresentano l'evoluzione degli ormai superati Tutto Cucina e Tutto Cucina Plus, arrivati sul mercato tra il 2018 e il 2020, a seguito dell'estensione di gamma iniziata all'epoca.

Il primo, progettato per un uso giornaliero in cucina, ha il vantaggio di offrire al consumatore un'ampia quantità di strappi, oltre che essere perfetto per il contatto diretto con gli alimenti. Una carta super assorbente e resistente potenziata dalla goffratura rasoio, certificata FSC® MIX, e una confezione con un contenuto di plastica riciclata minimo del 50%, per contenere l'impiego di risorse provenienti da fonti non rinnovabili.



2

Il secondo, progettato per svolgere un ruolo "multi-funzione", si presenta con un maxi-strappo decorato, perfetto per gestire gli imprevisti quotidiani in cucina, si presta per un'apparecchiatura smart, utilizzandolo come tovagliolo o addirittura tovaglietta.

Entrambi i prodotti sono disponibili nelle confezioni da 2, 3 e 6 rotoli e sono stati realizzati sfruttando la tecnologia Hi-PER.



Nella seconda parte dell'anno il team marketing si è poi dedicato a pieno ritmo al restyling di **Tutto Pannocarta**, punta di diamante dalla gamma.

Un progetto delicato, che si è posto un duplice obiettivo: in prima istanza quello di conservare alcuni elementi portanti, come i colori predominanti della confezione (blu) e gli elementi visivi caratterizzanti, come il famoso "strizzo", raffigurante uno strappo strizzato che ammicca al concetto del "lava-strizza-riusa"; in seconda istanza l'obiettivo di rendere più moderno e intelleggibile la confezione ed essere in grado di strizzare l'occhio anche alle nuove generazioni di consumatori.

3



Ad arricchire l'offerta della linea Tutto Pannocarta, infine, il nuovo formato bauletto da 4 rotoli, che si affianca al formato da 2 e 3 rotoli.



Brand leader nel segmento dei prodotti tissue dal dna ecosostenibile, Grazie EcoNatural rappresenta la prima gamma di prodotti tissue realizzata attraverso il recupero e riciclo delle fibre di cellulosa contenute nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®, destinata al mercato Consumer. Tutti i prodotti della gamma Grazie EcoNatural, dedicati alla cura della casa e all'igiene della persona, sono certificati Ecolabel e FSC® Recycled.

Grazie EcoNatural è un brand dall'animo internazionale, decisamente ambizioso e desideroso di far conoscere la propria reason why anche oltre i confini italiani. Sulle proprie confezioni, infatti, sono presenti i key benefit in lingua inglese, mentre altre informazioni più dettagliate destinate al consumatore sono riportate in ben 4 lingue: italiano, inglese, francese e tedesco.

Nel corso del 2024 abbiamo arricchito ulteriormente l'assortimento lanciando nuovi formati nelle categorie carta igienica, carta casa e fazzoletti, per rispondere al meglio alle esigenze del mercato estero, dove la brand sta registrando una forte crescita.



Smile, offre al mercato una gamma di prodotti in grado di coniugare il soddisfacimento dei bisogni dei consumatori e lo spirito d'innovazione che caratterizza l'azienda Lucart. Le linee che compongono l'offerta di gamma, Carta Igienica, Asciugatutto e Bobine, sfruttano la tecnologia denominata "ibrida", che prevede l'abbinamento di veli in pura cellulosa a veli 100% carta riciclata. La carta è certificata PEFC® e le confezioni sono prevalentemente realizzate in polietilene riciclato minimo 50%.

Area Business to Business (BtoB)

GRI 2-6



La divisione BtoB propone al mercato bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche, garantendo qualità e costanza del prodotto nel tempo, alto livello di servizio, affidabilità verso la clientela e le più importanti certificazioni di prodotto e di processo.

> Le principali tipologie di carte prodotte negli stabilimenti del Gruppo



CARTA TISSUE

Carte bianche e colorate realizzate utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinate a essere trasformate in prodotti in carta per l'igiene come asciugatutto, carta igienica, asciugamani, tovaglioli, fazzoletti, strofinacci e lenzuolini medici.



CARTA AIRLAID

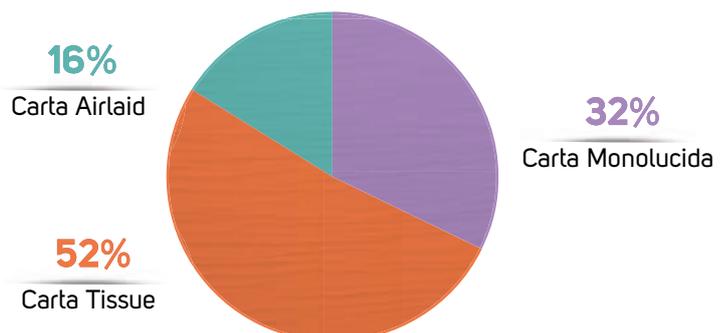
Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo di produzione che non prevede l'utilizzo dell'acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente e può essere riutilizzata più volte. Le bobine jumbo sono destinate ad altre aziende cartotecniche per essere usate nella produzione di assorbenti, salviettine umidificate, imballaggi speciali, tovaglioli, tovaglie, asciugatutto e strofinacci.



CARTA MONOLUCIDA

Carta realizzata utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinata ad altre industrie cartotecniche produttrici di sacchetti, carta regalo, carte accoppiate a polietilene o alluminio, tovaglie e altri imballaggi.

RIPARTIZIONE % DELLE VENDITE (A VALORE) BtoB PER TIPOLOGIA DI CARTA



1.11 Certificazioni

La qualità dei nostri prodotti trova conferma in importanti certificazioni. (schema aggiornato al 31 dicembre 2024).

GRI 2-24

ECOLABEL

È il marchio di qualità ecologica rilasciato dall'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi a basso impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.



BEST PERFORMANCE

Lucart è stata la prima azienda a ottenere la certificazione Ecolabel in Italia nel 1998 e in Ungheria nel 2020.

PEFC E FSC®

Lucart S.p.A. è tra le prime cartiere italiane ad avere ottenuto le certificazioni PEFC e FSC® (INT-CW-001076, INT-COC-001076), che garantiscono la provenienza delle materie prime da fornitori che adottano Sistemi di Gestione Forestale sostenibile e con catena di custodia certificata.

PEFC
(Programme for the
Endorsement of Forest
Certification)



FSC®
(Forest Stewardship Council®)



ISO

Gli stabilimenti italiani del Gruppo sono stati tra i primi in Europa a ottenere, per lo specifico settore merceologico dei prodotti in carta tissue e monolucida, la certificazione Sistemi di Gestione Qualità ISO 9001 e ambiente ISO 14001.

La **ISO 9001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Qualità.

La **ISO 14001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Ambientale.

La **ISO 50001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Energetico.

La **ISO 22716** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce le linee guida per la produzione, il controllo, la conservazione e la spedizione dei prodotti cosmetici con la finalità di garantire al consumatore elevati standard igienico-sanitari e di sicurezza.

La **ISO 45001** è una norma di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei lavoratori. Tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo sono certificati ISO 45001:2018 mediante un certificato multisito.

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)

Lo stabilimento produttivo di Borgo a Mozzano e quello di Castelnuovo di Garfagnana sono stati tra i primi stabilimenti integrati europei per la produzione di tissue (cartiera e cartotecnica nello stesso sito) ad aver ottenuto la registrazione ambientale EMAS, il sistema comunitario di eco-gestione e audit destinato alle organizzazioni che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale.



DER BLAUE ENGEL

La certificazione ecologico-ambientale di prodotto tedesca assegnata allo stabilimento francese di Laval-sur-Vologne e allo stabilimento italiano di Borgo a Mozzano.



OK COMPOST

Il marchio "Ok Compost Industrial" certifica che il prodotto è compostabile negli impianti di compostaggio industriale.



IFS HPC (International Featured Standard Household and Personal Care)

Lo standard IFS HPC è uno schema internazionale di certificazione finalizzato a garantire, attraverso audit di certificazione di organismi terzi, il rispetto di specifici standard di sicurezza e qualità dei prodotti per la cura della persona e della casa a marchio del distributore.

CRADLE TO CRADLE™

La certificazione che riconosce a livello mondiale i prodotti più sicuri e sostenibili realizzati per l'economia circolare.



ReMade IN ITALY®

La certificazione che attesta il contenuto di materiale riciclato/sottoprodotti all'interno di un prodotto o di un materiale. Certificazione in possesso del centro logistico di Altopascio.



CHSA

Schema di accreditamento delle aziende che producono articoli per la pulizia e l'igiene nel Regno Unito.



	Porcari	Borgo a Mozzano (Diecimo)	Torre di Mosto	Castelnuovo di Garfagnana	Avigliano	Laval-sur-Vologne	Njergesújjalu	Artziniega	Aranguren ⁴	Blackmore Park
ISO 9001	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
ISO 14001	☆	☆		☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
EMAS		☆		☆						
ISO 50001	☆	☆		☆		☆		☆	☆	
ISO 45001	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
ISO 22716								☆		
CHSA										☆
EU Ecolabel	☆	☆	☆	☆		☆	☆	☆	☆	
Der Blaue Engel		☆				☆		☆		
PEFC	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	
FSC®	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	
IFS HPC		☆		☆	☆					
OK Compost			☆		☆					
Cradle to Cradle™						☆				

⁴In tabella viene riportato il quadro complessivo delle certificazioni a livello di sistema e di prodotto per il 2024 riferite ai siti produttivi di Lucart.

1.12

Circularità e sostenibilità come leve strategiche di business

GRI 2-24
301-2
306-2

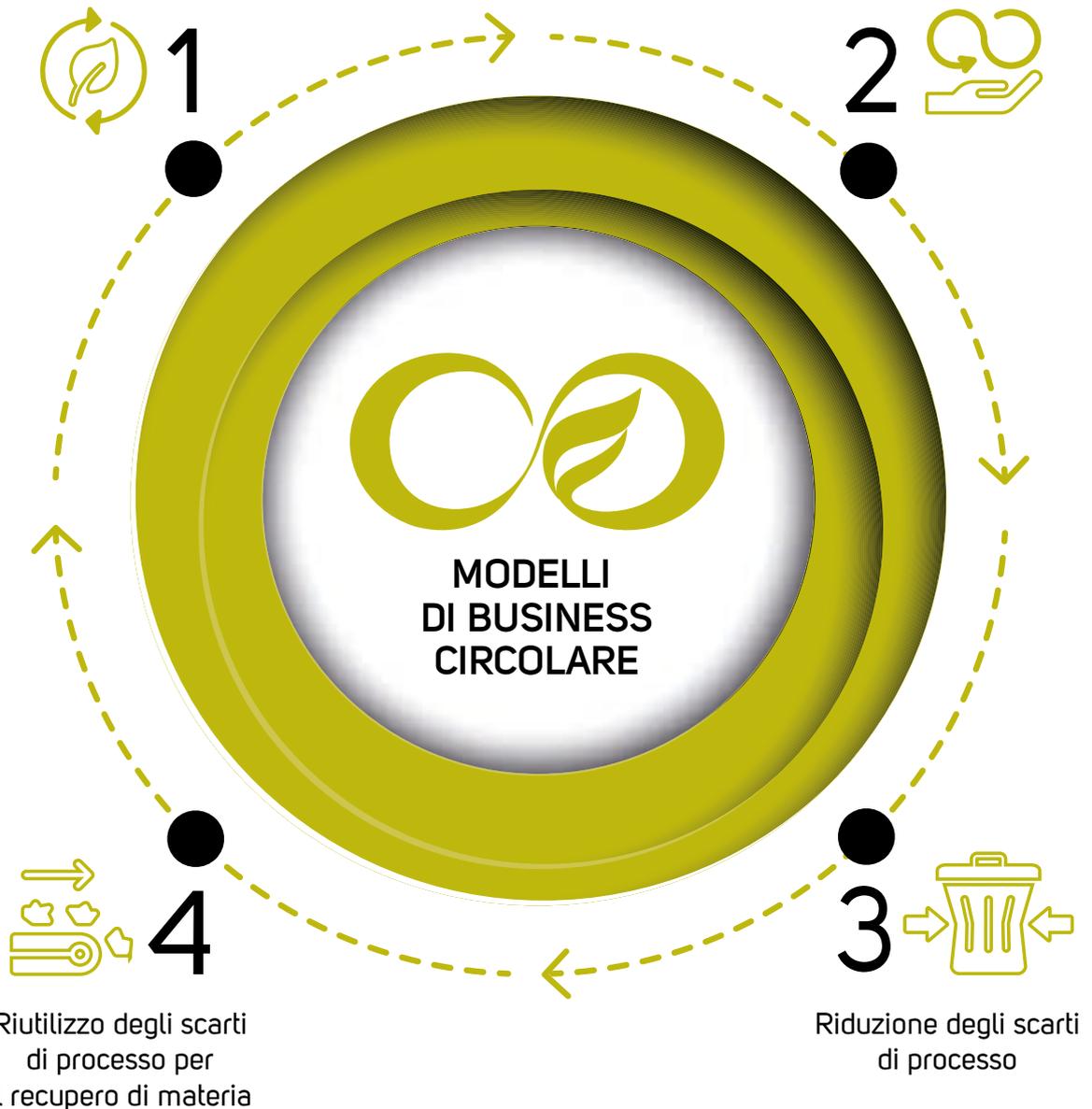
Lucart è fortemente determinata ad accelerare la transizione da una economia di tipo lineare a una di tipo circolare.

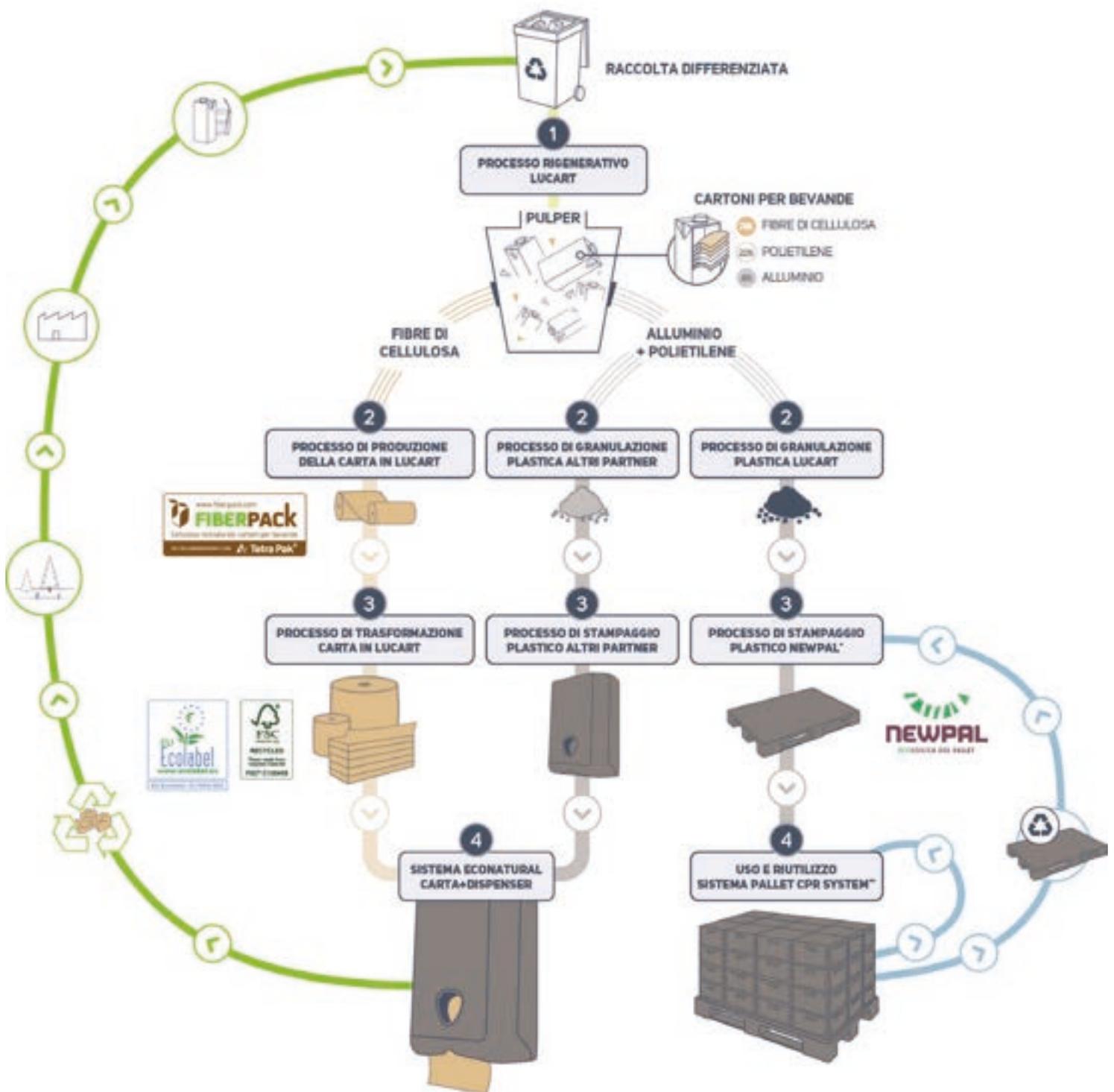
La strategia di Lucart pone la circolarità dei modelli di business al centro della propria azione e in particolare favorisce:



Ricerca di materie prime alternative in grado di ridurre lo sfruttamento delle risorse naturali

Analisi, progettazione e implementazione di modelli di business circolari





> Il Progetto EcoNatural

Nel 2010 il reparto di ricerca e sviluppo di Lucart per l'utilizzo delle fibre alternative alla cellulosa vergine, ha avviato un ambizioso progetto che si poneva lo scopo di recuperare tutti i materiali contenuti nei cartoni per alimenti tipo Tetra Pak®. Questo tipo di imballaggio è molto utilizzato, infatti, in ambito alimentare sia per le caratteristiche di protezione e conservazione degli alimenti sia per l'alto contenuto di fibre di cellulosa naturali che lo rendono più ecologico rispetto ad altri materiali da imballo di origine fossile.

A causa della sua composizione mista fatta di fibre di cellulosa (74%), alluminio (4%) e polietilene (22%), questo materiale spesso non veniva recuperato a fine vita, o veniva recuperato solo parzialmente.

1

LE NUOVE MATERIE PRIME RECUPERATE

Nella prima fase del Progetto Lucart ha raggiunto l'obiettivo, attraverso la modifica e l'ottimizzazione del tradizionale processo di recupero della carta da riciclare in cartiera, di creare due nuove materie prime da avviare a distinti processi di recupero.



Il marchio Fiberpack® identifica la materia prima fibrosa ottenuta attraverso l'esclusivo processo produttivo di trattamento dei cartoni per alimenti che viene utilizzata per produrre le referenze a marchio Lucart Professional EcoNatural, Fato EcoNatural, Velo EcoNatural e Grazie EcoNatural.



Il marchio Al.Pe.® identifica il materiale omogeneo composto dalla componente di polietilene e alluminio presente nei cartoni per bevande con il quale altre industrie fabbricano manufatti dalle molteplici destinazioni: dall'edilizia all'arredo urbano, da oggetti di uso comune quali penne e righelli, ai pali di ormeggio e piattaforme galleggianti a Venezia, ai pallet per il trasporto delle merci ai dispenser per la distribuzione degli asciugamani e carta igienica per il settore Away from Home.

2

IL SISTEMA CARTA + DISPENSER

La seconda fase di sviluppo del Progetto EcoNatural ha visto la combinazione delle due nuove materie prime, precedentemente ottenute, in una unica proposta di valore per i nostri clienti con il sistema carta Fiberpack® + Dispenser in Al.Pe.®



3

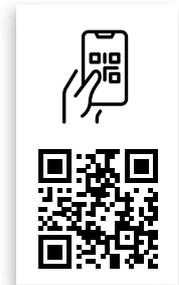
SIMBIOSI INDUSTRIALE

La terza fase si è concretizzata con la nascita di Newpal S.p.A., la società partecipata con CPR System, che è dedicata allo stampaggio di pallet riciclati di alta qualità.

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano è stato installato un nuovo impianto in grado di ottenere un granulo plastico dal materiale omogeneo composto da polietilene e alluminio ricavati dal processo di riciclo dei cartoni per alimenti.

Il granulo, denominato Granplast, diventa la materia prima per Newpal S.p.A. che, con un impianto progettato appositamente per utilizzare plastiche non vergini, stampa pallet in plastica riciclata. Il progetto consente quindi, di chiudere completamente il cerchio del recupero dei contenitori per bevande poliaccoppiati, creando grandi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business.

I pallet realizzati da Newpal sono utilizzati da CPR System, azienda leader in Italia nella produzione, movimentazione e riciclo degli imballaggi in plastica a sponde abbattibili e dei pallet. CPR System **recupera e riutilizza i pallet** che, a fine vita e dopo molteplici utilizzi, non vengono smaltiti in discarica ma sono reinseriti nel processo industriale.



Questa collaborazione tra Lucart e CPR System, porta nuovi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business:

- > valorizza uno scarto di produzione e crea valore condiviso;
- > realizza un prodotto riutilizzabile nel circuito gestito da CPR System, che a fine vita viene effettivamente riciclato per la produzione di nuovi pallet;
- > propone al mercato un pallet di qualità in plastica riciclata a un prezzo fortemente competitivo.




NEWPAL
ECOLOGICA DEL PALLET

> Circular Shield: un vero modello di business circolare per le istituzioni locali e nazionali

Lucart costruisce partnership forti e strategiche con stakeholder privati e istituzionali, guidando la crescita dell'economia circolare attraverso il ciclo dei cartoni per bevande e della carta igienica - MMC® a livello comunale e/o MC360 pilot a livello nazionale. Il modello promuove una circolarità collaborativa, tracciabile ed efficace, già operativa in Slovenia, Slovacchia e Francia. Dopo il successo del progetto pilota MMC messo alla prova nella città di Novo Mesto in Slovenia, è stata creata la società Circular Shield d.o.o. per replicare e gestire questi programmi virtuosi di economia circolare.



Il ciclo dei materiali va oltre i rifiuti pre-consumo e l'economia del riciclo tradizionale, garantendo flussi circolari di cartoni per bevande usati, sistematici e controllati dalle comunità e dalle imprese locali. I residenti e le aziende raccolgono i cartoni per bevande usati (UBC) all'interno dei loro classici sistemi di raccolta. Le aziende produttrici di rifiuti li separano e li inviano a Lucart, dove vengono trasformati in nuovi prodotti Lucart Professional EcoNatural. Attraverso una rete di distributori circolari, questi prodotti tornano alla comunità - uffici, scuole e altre istituzioni - o alle aziende del modello. All'interno del modello, le comunità locali e le aziende rafforzano intenzionalmente la circolarità del loro flusso di UBC, questi non lasciano le comunità come un rifiuto, ma come una risorsa e ritornano come un prodotto utile: EcoNatural. Il modello garantisce la tracciabilità e la responsabilità, oltre a misurare gli impatti positivi come il risparmio di CO₂e, la conservazione degli alberi e altri benefici ambientali.



Il modello è pienamente conforme alla legislazione nazionale e non interferisce con i sistemi nazionali di gestione dei rifiuti esistenti, rafforzando al contempo la cultura circolare tra gli utenti. Una vera circolarità emerge quando le parti interessate controllano i flussi di materiali e assicurano la collaborazione in ogni fase. In Slovenia, MMC® copre il 22% della popolazione nazionale, fornendo un modello scalabile per la circolarità urbana. Il successo dell'esportazione in Slovacchia ha esteso il modello al 5% della popolazione, con una continua espansione in Europa. A partire dal 2025, gli stakeholder sloveni compiono un passo importante: tutte le consegne di EcoNatural tramite un distributore partecipante (Valtex) passeranno ufficialmente a un modello circolare (progetto pilota SK360) a livello nazionale. Questo passaggio segna un'evoluzione strategica verso l'economia circolare, al di là del miglioramento dell'efficienza del riciclo.

MMC® e MC360 rispondono alle esigenze organizzative dei flussi di rifiuti urbani, stabilendo un nuovo punto di riferimento per la circolarità multi-stakeholder con un impatto misurabile.

> Risultati complessivi del progetto EcoNatural

Nel periodo 2013 – 2024 Lucart, considerando le tonnellate di carta Fiberpack® prodotte, ha contribuito a:



RECUPERARE più di

12,5 Miliardi

di cartoni per bevande⁵

=



UNA DISTANZA pari a

72 volte

Il Giro della Terra⁶

⁵ Considerando cartoni per bevande da 1L

⁶ Considerando cartoni stesi uno dopo l'altro

> EcoNatural raggiunge la neutralità climatica

Il 2023 ha segnato un grande traguardo nel percorso di sostenibilità di EcoNatural, con l'ottenimento della Climate Neutrality di prodotto, rispettando le linee guida dello standard PAS2060, per tutte le carte igieniche e gli asciugamani EcoNatural Lucart Professional e Velo prodotti negli stabilimenti di Laval-sur-Vologne e di Borgo a Mozzano e per le carte igieniche Grazie EcoNatural prodotte nello stabilimento italiano⁷. Tutte le emissioni di gas serra generate durante il ciclo di vita del prodotto in un determinato periodo sono state ridotte e compensate fino al loro totale azzeramento.

Nel corso del 2024, il percorso è proseguito, includendo anche le carte igieniche e gli asciugamani prodotti negli stabilimenti di Aranguren, Artziniega e di Nyergesújfalu.

In accordo allo standard PAS2060, il processo si sviluppa in 3 fasi:

1

Misurazione

In questa prima fase, Product Carbon Footprint, vengono misurate le emissioni di CO₂e dell'intero ciclo di vita del prodotto. Fondamentale è stata la collaborazione con Carbonsink, società specializzata in strategia climatica.

2

Riduzione

Questa fase prevede lo studio della riduzione delle emissioni di CO₂e attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi, l'utilizzo di materie prime sostenibili, il passaggio a fonti energetiche alternative.

3

Compensazione

In ultimo, vengono calcolate e compensate le emissioni di CO₂e attraverso il supporto di specifici progetti di azione climatica con impatto positivo in ambito ambientale, sociale ed economico.

L'Azienda ha deciso di sostenere progetti in Uganda, Malawi e Cambogia per favorire l'accesso delle famiglie e delle comunità locali a una risorsa idrica potabile, pulita e sicura, promuovendo tecnologie di purificazione dell'acqua a basso impatto ambientale⁸.



⁷ Il calcolo dell'impronta di carbonio a livello di prodotto è stato effettuato nel rispetto della norma ISO 14067 e in conformità con la PCR 2011:05 sui prodotti tissue (versione 3.0.1).

⁸ La compensazione comprende tutte le emissioni residue di gas serra relative a tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto (compresa la distribuzione e i trattamenti di fine vita). Per la compensazione delle emissioni residue complessive Lucart acquista crediti di carbonio certificati (progetti dal registro CDM con PoA 5962 - CPA 8/22, dal registro Gold Standard con GS ID 6749 e 7436 sotto PoA GS ID 5658, da GS CER e VER con ID 4296; <https://cdm.unfccc.int/Registry/index.html> e <https://registry.goldstandard.org/projects>).

1.13 Organizzazione

GRI 2-1
2-9
2-10
2-11
2-12
2-13
2-14
2-17
405-1

> Composizione societaria del Gruppo e rapporti di partecipazione

al 31 dicembre 2024



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE al 31 dicembre 2024

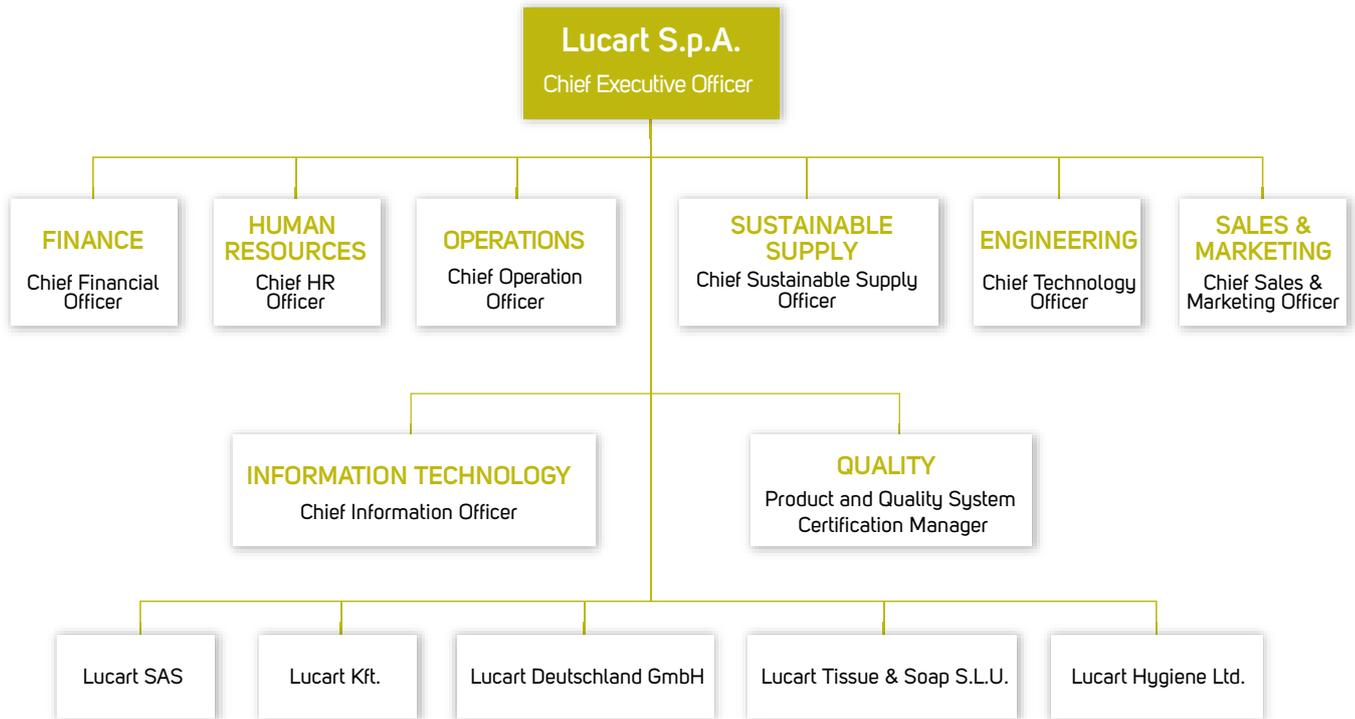
Il **Consiglio di Amministrazione** di Lucart S.p.A., la società operativa alla guida del Gruppo Lucart con sede a Porcari (LU), è nominato dall'Assemblea dei Soci ed è composto da 9 membri¹⁰ che hanno le competenze necessarie per una gestione responsabile dell'Azienda nel rispetto del piano strategico da essi stessi redatto e presentato all'Assemblea dei Soci. I consiglieri non esecutivi sono in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148 comma 3 del D.Lgs. 58/1998.

> Massimo Pasquini (Presidente del Consiglio di Amministrazione)	68 anni	Esecutivo
> Francesco Pasquini (Amministratore Delegato)	45 anni	Esecutivo
> Lorenzo Pasquini (Consigliere)	52 anni	Esecutivo
> Alessandro Pasquini (Consigliere)	48 anni	Esecutivo
> Tommaso De Luca (Consigliere)	50 anni	Esecutivo
> Cristina Ferrari (Consigliera)	44 anni	Non esecutiva
> GianErnesto Bernardi (Consigliere)	43 anni	Non esecutivo
> Federico Lovadina (Consigliere)	45 anni	Non esecutivo
> Massimo Innocenti (Consigliere)	62 anni	Non esecutivo

Il CdA di Lucart S.p.A. è affiancato da un **Collegio Sindacale** composto da tre professionisti.

⁹ Lucart S.p.A. ha ceduto nel 2022 una quota di minoranza (37%) di Lucart Hygiene Ltd. a SIMEST S.p.A., l'Agenzia governativa italiana a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane. Il supporto di SIMEST S.p.A. si realizza attraverso l'acquisto a termine di una partecipazione azionaria di minoranza. SIMEST S.p.A. agisce come socio "silente" e sul Bilancio di Lucart S.p.A. la partecipazione SIMEST è contabilizzata come "altro debito" e non come cessione di "capitale".

¹⁰ Il Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. è composto da 8 uomini e 1 donna: il 66% di età compresa fra 30 e 50 anni e il 34% di età superiore a 50 anni. I membri del Consiglio di Amministrazione, eletti dall'Assemblea, salvo delibere in senso limitativo della stessa, durano in carica per tre esercizi e scadono alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica. Gli Amministratori sono rieleggibili.



> Comitati

Al fine di gestire con la maggiore efficacia possibile le attività operative di Lucart S.p.A. e l'implementazione degli indirizzi strategici aziendali sono stati istituiti i seguenti comitati:

COMITATO STRATEGICO	È composto dall'Amministratore Delegato, dai consiglieri esecutivi del Consiglio di Amministrazione, dal CFO e dal COO. Verifica l'avanzamento dei progetti più significativi e strategici del Gruppo ed esegue i provvedimenti discussi e approvati dal Consiglio di Amministrazione.
COMITATO ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE)	È presieduto dall'Amministratore Delegato e ha il compito di supportare i processi di business legati alla sostenibilità e all'economia circolare e di allinearli agli obiettivi strategici del Gruppo.
COMITATO DI DIREZIONE	Si riunisce ogni due settimane e ha il compito di coordinare le attività operative di Lucart per il raggiungimento della massima efficacia.
COMITATI AMBIENTE E SICUREZZA	Hanno il compito di assicurare l'implementazione dei requisiti ambientali e di sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti e gli ambienti di lavoro del Gruppo.
COMITATO INNOVAZIONE E FINANZA AGEVOLATA (CIFA)	Fornisce una "interfaccia" tra la funzione Grants&Benefits, le funzioni tecniche specifiche e la direzione strategica aziendale.
COMITATO RISCHI FINANZIARI	Definisce le linee guida di copertura e la strategia di gestione dei rischi finanziari del Gruppo: tasso di interesse, valutario, commodity, credito.
COMITATO GESTIONE E SVILUPPO CIRCOLARE	Presidia la gestione degli scarti di processo al fine di individuare e sviluppare le migliori pratiche volte alla valorizzazione circolare degli scarti e delle risorse lungo la filiera produttiva.

Modello di Organizzazione

GRI 2-15
2-16

Il Modello di organizzazione, gestione e controllo, introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del D.Lgs. 231/2001 è stato approvato nella sua prima stesura in data 26 giugno 2012 ed è stato complessivamente revisionato e aggiornato in data 18 marzo 2022. Nel corso dell'esercizio 2023 è stato integrato per recepire la novella legislativa del Whistleblowing e successivamente costantemente aggiornato in relazione alle modifiche organizzative e agli interventi normativi.

Il Modello è finalizzato a prevenire la possibilità di commissione degli illeciti rilevanti ai sensi del decreto – tra cui anche quelli relativi ai conflitti di interesse – e, conseguentemente, a ridurre la responsabilità amministrativa della società. Il Modello adottato, partendo da un'accurata analisi delle attività aziendali finalizzata a individuare le attività potenzialmente a rischio, è un insieme di principi generali, regole di condotta, strumenti di controllo e procedure organizzative, attività formativa, informativa e sistema disciplinare finalizzato ad assicurare, per quanto possibile, la prevenzione della commissione di reati.



> Organismo di Vigilanza

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Organismo di Vigilanza (OdV), cui è stato affidato il compito di vigilare sul corretto funzionamento del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo, sull'efficacia dello stesso e sulla necessità di curarne l'aggiornamento.

Il Presidente dell'Organismo di Vigilanza e gli altri membri sono stati scelti per le particolari competenze in materia di responsabilità amministrativa degli enti, dei processi aziendali, di corporate governance e in materia di ambiente e sicurezza. L'OdV per gestire in autonomia le attività, è dotato di un proprio budget di spesa, predispone un piano di attività e di audit e riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. L'OdV, inoltre, ha un regolare scambio di informazioni con il Collegio Sindacale e con la Società di revisione.

Partecipa, inoltre, alle riunioni del Comitato di Crisi, del Comitato di Sicurezza e del Comitato Ambiente.

1.15

Codice etico

GRI 2-23
2-24

I valori fondanti di Lucart diventano regole di condotta attraverso l'attuazione e il rispetto del Codice Etico. Una guida di principi, norme e regole per amministratori, sindaci, organi di controllo, dirigenti, dipendenti, collaboratori e tutti coloro che intrattengono relazioni di qualunque tipo con le aziende del Gruppo.



L'ultima revisione del Codice Etico, in linea con le migliori prassi internazionali, che definisce i principi e i valori fondanti dell'etica aziendale, le regole di comportamento e le norme di attuazione relative, è stata approvata ad agosto 2023.

Il Codice viene consegnato a tutti i dipendenti e collaboratori della società affinché ne recepiscano i contenuti e i valori. Il Codice Etico è vincolante per i comportamenti di tutti i collaboratori del Gruppo (amministratori, sindaci, dipendenti e coloro che agiscono in nome di Lucart in virtù di specifici mandati o procure); viene inoltre portato a conoscenza di tutti coloro che, a qualsiasi titolo e a prescindere dalla tipologia, intrattengono con la società relazioni d'affari (clienti, fornitori, consulenti, ecc.) già a partire dalla fase di negoziazione.

Il Codice Etico è parte integrante del "Modello di organizzazione, gestione e controllo", introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del decreto legislativo 231/2001. Si presenta, inoltre, come uno strumento essenziale per contrastare eventuali rischi in materia di abuso dei diritti fondamentali dell'uomo e di ogni forma di corruzione attiva e passiva. L'etica nell'attività imprenditoriale è un elemento di fondamentale importanza per il successo e la credibilità di un'azienda. È il fattore che identifica e rafforza i valori dell'Azienda, per renderli fondamentali e motore per uno sviluppo socioeconomico competitivo nel tempo. Alla base del Codice Etico sono i principi che da sempre sostengono e guidano il nostro fare azienda: correttezza, buona fede, trasparenza, fedeltà e lealtà.



**BEST
PERFORMANCE**

Rating di Legalità



Lucart è stata una delle prime aziende in Italia a richiedere e ottenere il **Rating di legalità** rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato (AGCM) alle aziende che operano secondo determinati principi di legalità ed etici. Il punteggio attribuito in fase di rinnovo in data 17/12/2024 è stato di **3 stelle su un massimo di 3**.

> Whistleblowing

- > Tutti i Soggetti Destinatari del Codice Etico possono segnalare per iscritto, attraverso canali informativi protetti, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico; le segnalazioni possono essere anche anonime e, comunque, ciascuna di esse sarà oggetto di valutazione da parte degli organi competenti che, nel garantire la riservatezza a chi ha effettuato la segnalazione, giudicheranno di volta in volta l'opportunità di iniziare un procedimento istruttorio in considerazione delle circostanze concrete. È assicurata la riservatezza, nonché la tutela del segnalante contro atti di ritorsione o discriminatori, fatti salvi gli obblighi di legge. A tale scopo il Gruppo ha messo a disposizione un canale alternativo di segnalazione (Digital PA) idoneo a garantire, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità del segnalante, disponibile al seguente indirizzo: <https://Lucartgroup.segnalazioni.net>
- > Nel corso del 2024 l'Organismo di Vigilanza ha ricevuto due segnalazioni. A seguito degli approfondimenti effettuati, ha ritenuto tali segnalazioni "fuori ambito".



> Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Nel rapporto con la Pubblica Amministrazione, Lucart presta particolare attenzione al pieno rispetto delle norme nazionali e sovranazionali vigenti. Si impegna inoltre ad adempiere a tutte le procedure di tipo burocratico relative a ogni atto, comportamento, accordo o procedura di negoziazione o assegnazione, affinché ogni condotta di Lucart punti alla massima trasparenza, correttezza e legalità. A febbraio 2022 è stata anche approvata dal Consiglio di Amministrazione una specifica Policy anticorruzione.

Nel corso delle trattative d'affari in essere oppure richieste, o ai rapporti commerciali con la Pubblica Amministrazione, dovranno essere tenuti comportamenti tali da non influenzare in modo non corretto la decisione della controparte, in conformità a quanto prescritto dalle procedure aziendali.

La gestione di trattative, l'assunzione di impegni e l'esecuzione di rapporti di qualsivoglia genere con la Pubblica Amministrazione, sono riservati esclusivamente ai soggetti interni, muniti degli appositi poteri, a ciò preposti. Non sono ammesse pratiche e comportamenti collusivi di qualsiasi natura o forma, pratiche di corruzione attiva o passiva.

Non è consentito esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale o indiretto, oppure sollecitare od ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti. Durante l'esecuzione dei rapporti di affari si deve rispettare quanto stabilito nel contratto, evitando sostituzioni non autorizzate e predisponendo adeguati meccanismi di controllo e di salvaguardia, avvalendosi solo della collaborazione di persone competenti e adeguate.

Qualora la Società utilizzi un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentata nei rapporti verso la Pubblica Amministrazione, nei confronti di tali soggetti e del loro personale si applicano le stesse direttive valide per i dipendenti dell'Ente.

In caso di controlli da parte delle Autorità di Vigilanza, Lucart garantisce la massima collaborazione e assistenza, supportando le autorità durante le procedure ispettive e impegnandosi a fornire sollecito riscontro ed esecuzione alle richieste avanzate.

Gestione del Rischio

Per la natura della propria attività, il Gruppo Lucart risulta esposto a taluni rischi e incertezze che il management fronteggia attraverso una continua attività di analisi. Questa analisi è propedeutica all'individuazione e classificazione dei rischi e alla predisposizione degli strumenti necessari per la loro mitigazione, in linea con la politica aziendale volta alla massima cautela.



Si evidenzia che le informazioni incluse in tale sezione sono incluse nella relazione sulla gestione del bilancio consolidato del Gruppo. Le stesse non sono richieste dai GRI Standard pertanto non sono soggette a limited assurance.

Per una maggiore chiarezza espositiva abbiamo raggruppato i rischi e le incertezze in due macrocategorie:

- > rischi e incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto
- > rischi finanziari

Rischi e incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto

> Rischi legati all'andamento dell'economia globale

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Come per tutte le aziende operanti nel nostro settore, alcuni fattori di costo possono essere controllati in modo solo parziale in quanto sono influenzati dagli andamenti macroeconomici internazionali.

Il mercato di riferimento del Gruppo è indirettamente dipendente dalle disponibilità economiche e dalla propensione di spesa dei consumatori, nonché dal generale andamento dell'economia. Eventi di instabilità politica e/o recessione economica in un mercato geografico significativo per le vendite del Gruppo potrebbero avere ripercussioni negative sulla nostra situazione economica, finanziaria e patrimoniale.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La diversificazione dei mercati geografici, l'ampliamento del portafoglio clienti e del mix prodotti, le politiche di fidelizzazione e di servizio costituiscono azioni concrete di mitigazione del rischio descritto.

Per quanto riguarda l'eventuale impatto dell'andamento dell'economia globale sui prezzi di acquisto nei nostri principali fattori della produzione si rimanda al paragrafo relativo al Rischio di Prezzo.

> Rischi di concorrenza

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il Gruppo, come qualsiasi altra impresa operante nel settore, è soggetto alle azioni di altri produttori che potrebbero causare una contrazione della propria quota di mercato.

Il rischio in oggetto è legato alla possibilità che concorrenti possano immettere sul mercato nuovi prodotti concorrenziali rispetto a quelli del Gruppo.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Oltre al monitoraggio continuo del mercato allo scopo di individuare per tempo l'ingresso di nuovi prodotti concorrenti, il Gruppo gestisce il rischio perseguendo sia una politica di continua innovazione dei propri prodotti e processi, sia una politica di ampliamento del proprio portafoglio prodotti.

Non è inoltre da sottovalutare il fatto che il know-how nel trattamento delle fibre cellulosiche di recupero e nel produrre carta riciclata di elevata qualità, acquisito in più di 70 anni di storia, rappresenta un ulteriore importante vantaggio competitivo rispetto a molti concorrenti.

> Rischi legati alla situazione geopolitica

RISCHI

(Descrizione del rischio)

In un mercato globalizzato come quello in cui operiamo, non è possibile escludere a priori che gli eventi causati dalla politica estera di un paese influenzino in modo imprevedibile le dinamiche politiche interne e l'economia di un altro paese o di un'altra regione.

Come hanno purtroppo recentemente dimostrato il conflitto tra Russia e Ucraina e la situazione nella striscia di Gaza, questo rischio si può estendere in modo significativo anche ai costi energetici e/o ai costi e ai traffici intercontinentali via mare.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La differenziazione geografica dei fornitori di materie prime e ausiliarie, ma anche l'ampliamento dei nostri mercati di sbocco a livello europeo, fanno parte delle azioni messe in atto per attenuare il rischio in oggetto in tutte le società del Gruppo.

Per quanto riguarda i costi energetici, si rimanda a quanto scritto in merito ai rischi legati ai cambiamenti climatici, ma dobbiamo qui ricordare che un'eventuale interruzione delle forniture di gas o energia elettrica provocherebbe inevitabilmente un arresto degli impianti produttivi coinvolti.

Si segnala comunque che le società del Gruppo non hanno esposizioni nelle zone interessate dai conflitti in corso e che la maggioranza delle materie prime e ausiliarie consumate non transitano dal Canale di Suez.

> Rischi legati ai cambiamenti climatici

RISCHI

(Descrizione del rischio)

I cambiamenti climatici potrebbero in primo luogo generare danni ai nostri stabilimenti produttivi a causa di fenomeni meteorologici di portata eccezionale. È inoltre molto probabile che la lotta ai cambiamenti climatici comporterà un aumento dei costi energetici.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Sul fronte di eventuali danni ai nostri stabilimenti produttivi legati a fenomeni meteorologici, le analisi e gli studi fatti non hanno evidenziato situazioni di particolare rischio o pericolosità. Inoltre, la ripartizione dell'attività produttiva su più stabilimenti in località diverse rappresenta una forma indiretta di assicurazione sulla possibile continuità del business in caso di disastri ambientali circoscritti a specifiche aree geografiche.

Per quanto riguarda gli impatti sui costi energetici, il Gruppo, oltre a perseguire una politica di decarbonizzazione ed efficienza energetica sui propri impianti produttivi, anche attraverso un sempre maggiore ricorso a fonti rinnovabili, effettua specifiche coperture, ove opportuno, per proteggersi da eventuali repentini incrementi nei costi dell'energia.

Il Gruppo si è inoltre dotato da anni di un Comitato Ambientale, che fra le sue prerogative ha anche l'analisi della situazione ambientale, climatica e idrogeologica nelle aree geografiche dove sono collocati gli stabilimenti produttivi.

I danni da eventi atmosferici sono coperti anche da un'apposita polizza assicurativa.

> Rischi connessi alla normativa e alla regolamentazione dei settori di attività di riferimento

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Le normative e i regolamenti nazionali e comunitari possono impattare in modo significativo in vari ambiti dell'attività delle aziende del Gruppo, come ad esempio la sicurezza, la tutela ambientale, gli aspetti fiscali e doganali, il diritto del lavoro, ecc.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

I manager del Gruppo Lucart, anche tramite il supporto dell'ufficio legale del Gruppo, la partecipazione alle associazioni di categoria e il continuo confronto con consulenti ed esperti di settore, si occupano dell'analisi dei rischi legati a obblighi normativi e regolamentari nel proprio ambito di competenza. La società Lucart S.p.A. ha adottato il modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione dei reati presupposti di cui al D.Lgs. 231/2001 con la creazione di un Organismo di Vigilanza a ciò preposto. Nel 2022 il modello organizzativo è stato revisionato per aggiornarlo ai cambiamenti dell'organizzazione e ai più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali. Da segnalare che per garantire il corretto comportamento dei propri dipendenti in tutti i contesti sono stati definiti e adottati un codice etico e una policy anticorruzione di Gruppo.

> Rischi connessi a contenziosi e passività potenziali

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Eventuali contenziosi con clienti, fornitori, dipendenti o altri attori, possono generare passività potenziali che devono essere opportunamente stimate e valutate.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo attraverso il proprio ufficio legale interno, ma su tematiche specifiche anche attraverso il supporto di professionisti esterni, valuta tutti i possibili rischi connessi a contenziosi legali, definendo caso per caso, la necessità di eventuali accantonamenti a fondi rischi.

> Rischi informatici

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Questa è una tematica la cui rilevanza è cresciuta molto negli ultimi anni, come pure le casistiche note di aziende che hanno subito attacchi informatici con conseguenti impatti negativi sulla continuità dell'attività operativa e produttiva o addirittura la necessità di pagare "riscatti".

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo, attraverso il proprio reparto IT, ha identificato le principali aree di rischio e implementato adeguati strumenti di protezione. Essendo questa una tematica in continua evoluzione, il monitoraggio dei rischi informatici è fatto in modo costante e continuativo.

Il Gruppo ha anche stipulato un'apposita polizza assicurativa a copertura di eventuali danni generati da "attacchi" informatici, inoltre, nel 2021 è stato introdotto un servizio di monitoraggio 24x7 degli attacchi informatici con la *practice cybersecurity* che attualmente è in carico a 7layers (Gruppo Fastweb).

> Rischi di prodotto

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Benché la maggior parte dei nostri prodotti abbia limitati rischi relativi a eventuali problemi qualitativi, nocività, pericolosità d'uso o scadenza, non è comunque possibile escludere a priori il rischio di resi o necessità di richiami, con conseguenti danni di immagine o, nel peggiore dei casi, contenziosi in caso di rischio per il cliente.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo ha definito il campo di applicazione dei sistemi di gestione qualità, ambiente e sicurezza prodotto, all'interno del quale applicare i processi di risk management per l'identificazione e la valutazione dei relativi rischi. Sulla base dell'esito della valutazione, la Direzione valuta la necessità di attuare eventuali misure di monitoraggio e/o mitigazione del rischio specifico.

Rischi finanziari

> Rischio di mercato

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il rischio di mercato è il rischio relativo agli effetti imprevisibili sul valore di mercato di attività e passività generati da variazioni avverse dei prezzi di mercato. Il rischio di mercato comprende tre tipi di rischio: il rischio di prezzo, il rischio di tasso di cambio e il rischio di tasso di interesse.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Con lo scopo di mitigare l'impatto dei rischi finanziari di mercato sui risultati economici e patrimoniali, il Gruppo regolarmente monitora le esposizioni ai rischi e ricorre a strumenti, prevalentemente derivati, di copertura (hedging). I rischi finanziari di mercato sono supervisionati da un comitato, per assicurare che l'esposizione al rischio complessiva non ecceda le capacità patrimoniali ed economiche del Gruppo, con l'obiettivo di garantire performance sostenibili nel lungo periodo.

Il Gruppo ha predisposto una procedura per la gestione e il monitoraggio dei rischi finanziari di mercato definendo anche ruoli e responsabilità nell'ambito dell'organizzazione e le attività di copertura consentite.

I rischi finanziari e gli strumenti di copertura sono gestiti e monitorati centralmente attraverso la funzione di Tesoreria di Gruppo.

> Rischio di prezzo (o rischio di *commodity*)

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Le principali materie prime da noi utilizzate sono le fibre di cellulosa vergine e riciclata (carta da macero), il cui prezzo di mercato è determinato dall'andamento della domanda e offerta a livello mondiale.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La nostra politica di approvvigionamento prevede un'accurata selezione e differenziazione dei fornitori e la continua ricerca di materie prime e fonti alternative e si basa su rapporti di fornitura consolidati con primari fornitori. Inoltre, anche se con reattività e tempistiche diverse tra le nostre tre aree di business, esiste una correlazione tra il costo di acquisto delle materie prime fibrose e i prezzi di vendita dei prodotti.

Infine, il management del Gruppo valuta sempre con attenzione l'opportunità di attivare sia specifiche coperture (*hedging*) sul prezzo della cellulosa, sia variazioni negli stock di questi materiali, al fine di beneficiare di condizioni di prezzo più favorevoli.

> Rischio di tasso di cambio

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart è esposto al rischio finanziario derivante dalla variazione dei tassi di cambio che si origina operando in un contesto internazionale in cui le transazioni, commerciali e finanziarie, possono essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.

I principali rapporti di cambio rispetto all'Euro che rappresentano un rischio per il Gruppo sono nei confronti delle seguenti valute: dollaro statunitense (USD), fiorino ungherese (HUF), sterlina inglese (GBP).

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo Lucart adotta una politica di copertura del rischio di cambio orientata sia a proteggere la marginalità di budget (copertura di flussi attesi) sia a proteggere poste patrimoniali in essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.

Il rischio di oscillazione dei cambi è coperto principalmente mediante opzioni o contratti di acquisto a termine di valuta esclusivamente di copertura.

> Rischio di tasso di interesse

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart utilizza risorse finanziarie esterne sotto forma di debito e impiega le liquidità disponibili in depositi bancari. Variazioni nei livelli dei tassi d'interesse di mercato influenzano il costo e il rendimento delle varie forme di finanziamento e di impiego, incidendo pertanto sul livello degli oneri e dei proventi finanziari.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il management valuta regolarmente l'esposizione al rischio di variazione dei tassi di interesse e la gestisce ricorrendo alle forme di finanziamento meno onerose. Il costo dell'indebitamento bancario è parametrato, prevalentemente, al tasso Euribor di periodo più uno spread che dipende dalla tipologia di linea di credito utilizzata. I margini applicati sono paragonabili ai migliori standard di mercato. Il Gruppo utilizza strumenti finanziari derivati di copertura (*plain vanilla*) al fine di ridurre il rischio di fluttuazione dei tassi d'interesse sui finanziamenti in essere a medio lungo termine.

> Rischio di credito

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart risulta esposto al rischio di credito derivante dalle sue attività commerciali con i propri clienti. Il rischio è rappresentato dai potenziali effetti che emergerebbero, qualora una delle controparti non fosse in grado di ottemperare alle proprie obbligazioni in modo temporaneo o definitivo.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo, pur adottando politiche commerciali interne volte a monitorare la solvibilità della clientela, assicura la maggior parte dei suoi crediti con primarie compagnie assicurative, così da ridurre ulteriormente i rischi di mancato incasso. Inoltre, una buona parte dei nostri clienti sono rappresentati da realtà internazionali e da strutture appartenenti al canale della Distribuzione Organizzata, per le quali sono disponibili sul mercato informazioni tempestive riguardanti l'andamento economico/finanziario. Tuttavia, la complessa situazione economico finanziaria mondiale ha avuto un impatto sugli affidamenti e pertanto la solvibilità dei clienti viene attentamente valutata anche dai nostri addetti alla gestione del credito, che in alcuni casi possono concedere un extra-fido rispetto a quello garantito dalla società di assicurazione. Per completezza si evidenzia che nel corso del 2024 non sono state riscontrate significative perdite su crediti.



> Rischio di liquidità

RISCHI

(Descrizione del rischio)

Il rischio di liquidità riguarda la disponibilità di risorse finanziarie e l'accesso al mercato del credito.

I principali **fattori interni** che incidono sulla situazione di liquidità del Gruppo Lucart sono, da una parte, le risorse generate e assorbite dalla gestione operativa e, dall'altra, quelle impiegate negli investimenti effettuati per lo sviluppo produttivo e strategico e nel servizio del debito.

Significativi **fattori esterni** che possono influenzare la disponibilità di adeguate risorse finanziarie per il Gruppo sono rappresentati dall'andamento del mercato del credito a livello internazionale, che è strettamente collegato all'andamento dell'economia globale, e dal contesto geopolitico internazionale.

AZIONI

(Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo Lucart monitora costantemente l'andamento delle disponibilità liquide, dei flussi finanziari (consuntivi e previsionali) e delle linee disponibili attraverso adeguati report di tesoreria.

Nonostante perdurino le incertezze a livello geopolitico con impatto diretto sui prezzi delle materie prime, i buoni livelli di redditività registrati dalla società hanno consentito di chiudere l'esercizio con oltre 140 milioni di euro di liquidità. In ogni caso, laddove le necessità di liquidità lo dovessero richiedere, anche al fine di rispettare i livelli dei parametri finanziari previsti dai contratti in essere, la direzione è pronta a rivedere la tempistica degli investimenti da effettuare, rimodulandola in coerenza con i piani di sviluppo, confermando comunque gli interventi volti a mantenere elevati livelli di efficienza produttiva e qualità. Si segnala infine che a oggi il Gruppo dispone di linee di credito su differenti istituti adeguate alle esigenze di liquidità, anche alla luce della struttura patrimoniale del Gruppo e del bilanciamento tra fonti e impieghi a breve e medio/lungo termine.

Conseguentemente, la Direzione stima che, alla luce delle ipotesi di andamento del mercato di riferimento e dei dati economico-finanziari attesi per i prossimi esercizi, il Gruppo abbia la capacità di adempiere alle obbligazioni assunte in un orizzonte prevedibile.



PROTEZIONE DATI PERSONALI E PRIVACY

Lucart, da sempre attenta al cambiamento e all'innovazione, ha definito un modello organizzativo in materia di protezione dei dati personali, identificando ruoli e responsabilità sia all'interno sia all'esterno delle funzioni di governance, fruitori del trattamento dei dati. Ha definito inoltre le procedure per la gestione dei requisiti del GDPR in ottemperanza al regolamento e nel corso del 2021 Lucart S.p.A. ha provveduto a nominare un responsabile della protezione dei dati (DPO) esterno.



LA FIDUCIA

SOCIETÀ E PERSONE

SDGs



A detailed paper art illustration of a landscape. In the foreground, there are stylized, pointed trees in shades of teal, purple, and brown. Behind them are rolling hills in various colors. A large, striped hot air balloon is floating in the sky, with its basket resting on a hill. The background features more hills and a sky with stylized clouds in shades of blue and orange. The entire scene is composed of layered paper cutouts, giving it a three-dimensional effect.

2

Coinvolgiamo le persone condividendo con tutti il nostro ideale per un futuro migliore. Siamo una realtà fatta di persone che collaborano seguendo un modello organizzativo basato sui seguenti principi: *condivisione, cura, responsabilità, vision.*

2.1 Principi

GRI 2-23



Condivisione

È la capacità di condividere informazioni e valori in modo preciso trasparente e completo, per instaurare e mantenere relazioni di lungo periodo con i colleghi e con tutti gli stakeholder dell'Azienda.



Cura

È l'attitudine a prendersi cura di se stessi, dei colleghi e della collettività, creando rapporti di fiducia reciproca che si basano sul rispetto della persona, dell'ambiente e della sostenibilità del business.



Responsabilità

È la capacità di rispettare gli impegni, di risolvere le situazioni impreviste, di essere sempre un riferimento disponibile e affidabile per colleghi, collaboratori e altri stakeholder.



Vision

È la volontà di migliorare la propria professionalità, proponendo o contribuendo alla riuscita di nuove soluzioni organizzative e di processo a vantaggio di tutti gli stakeholder.

Piano di Comunicazione con gli stakeholder

**CLIENTI E
CONSUMATORI
FINALI**

Tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
Integrità e sostenibilità del business Contrasto ai cambiamenti climatici Sostenibilità di prodotto e di processo Approvvigionamento responsabile Sicurezza del prodotto Soddisfazione dei clienti	Newsletter	- Direzione Commerciale	Mensile	Analytics
	Convention	- Direzione Marketing	Annuale	Q&A
	Incontri	- Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	Survey	- Direzione Marketing - Direzione Commerciale	Annuale	Analytics
	Sito Web	- Direzione Marketing - Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Agenti	- Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	App Mobile	- Direzione Marketing	Continua	Analytics
	Social Network	- Direzione Marketing - Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Visite Guidate Stabilimento	- Direzione Commerciale - Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori
	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Fiere	- Direzione Commerciale - Direzione Marketing - Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Numero Verde	- Direzione Marketing	Continua	N° Chiamate
	Packaging Prodotto	- Direzione Marketing	Continua	-
	Cataloghi	- Direzione Marketing	Annuale	-
	Comunicazioni Commerciali	- Direzione Marketing	Varia	-
	Certificazioni	- Direzione Q&E	Continua	-
Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download	
Integrità e sostenibilità del business Contrasto ai cambiamenti climatici Sostenibilità di prodotto e di processo Approvvigionamento responsabile Ricerca, sviluppo e innovazione	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Contatti Diretti	- CDA - Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Incontri Dedicati	- CDA - Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
	Survey	- Comunicazione Corporate - Direzione Finanziaria	Varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download

**AZIONISTI E
FINANZIATORI**

	Tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
DIPENDENTI		Newsletter	- Comunicazione Corporate	Mensile	Analytics
	Integrità e sostenibilità del Business	Bacheche e Affissioni	- Direzione Stabilimento - Comunicazione Corporate - Direzione HR	Continua	---
	Contrasto ai cambiamenti climatici	Gruppi di Lavoro	- Tutte le funzioni	Varia	Q&A
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Survey	- Direzione HR - Comunicazione Corporate	Annuale	Analytics
	Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
		Intranet	- Direzione HR	Continua	Analytics
	Sviluppo e gestione del capitale umano	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
		Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
		Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
FORNITORI	Integrità e sostenibilità del Business	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
		Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contrasto ai cambiamenti climatici	Incontri Dedicati	- Direzione Acquisti	Varia	Q&A
		Contatti Diretti	- Direzione Acquisti	Varia	Q&A
	Sostenibilità di prodotto e di processo	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Survey	- Comunicazione Corporate - Direzione Acquisti	Varia	Analytics
		Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
COMUNITÀ LOCALE	Integrità e sostenibilità del Business	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
		Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
	Contrasto ai cambiamenti climatici	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Contatti Diretti	- Comunicazione Corporate - Direzione Stabilimento	Varia	Q&A
		Survey	- Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Sostegno delle comunità locali	Visite Guidate Stabilimento	- Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori
		Contatti Diretti	- Direzione di Funzione	Varia	Q&A
ENTI DI REGOLAMENTAZIONE E ISTITUZIONI	Integrità e sostenibilità del Business	Incontri Dedicati	- Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
	Sicurezza del Prodotto				
	Sostegno delle comunità locali	Audit	- Direzione di Funzione - Direzione Stabilimento	Annuale	Report
	Contrasto ai cambiamenti climatici				
		Visite Guidate Stabilimento	- Direzione Generale - Direzione di Funzione	Varia	N° Visitatori

Tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
MEDIA Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Sicurezza del Prodotto Sostegno delle comunità locali Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	- Comunicazione Corporate - Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Incontri	- Comunicazione Corporate - Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Sito Web	- Comunicazione Corporate - Direzioni Marketing	Continua	Analytics
	Survey	- Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
SCUOLE/ UNIVERSITÀ ED ENTI DI RICERCA Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Sviluppo e gestione del capitale umano Sostegno delle comunità locali Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Contatti Diretti	- Direzione di Funzione - Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	- Direzione di Funzione - Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Visite Guidate Stabilimento	- Direzione di Funzione - Comunicazione Corporate	Varia	N° Visitatori
	Survey	- Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Gruppi di Lavoro	- Direzione di Funzione	Varia	Obiettivi Progetto
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Sviluppo e gestione del capitale umano	Contatti Diretti	- Direzione di Funzione - Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	- Comunicazione Corporate - Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
	Gruppi di Lavoro	- Direzione di Funzione	Varia	Q&A
ORGANIZZAZIONI SINDACALI Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Salute e sicurezza dei lavoratori Sviluppo e gestione del capitale umano Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera	Incontri Dedicati	- Direzione HR - Direzione Stabilimento	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Contatti Diretti	- Direzione HR	Varia	Q&A
	Gruppi di Lavoro	- Direzione HR	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Varia	N° Download
	Bacheche	- Direzione HR	Varia	-

ONG

Tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera Sostegno delle comunità locali	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	- Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
Visite Guidate Stabilimento	- Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori	
Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	- Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download
	Visite Guidate Stabilimento	- Comunicazione Corporate	Varia	N° Visitatori
	Incontri Dedicati	- Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Gruppi di Lavoro	- Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Survey	- Comunicazione Corporate	Annuale	Analytics
Fiere	- Comunicazione Corporate - Marketing	Varia	N° Visitatori	
Integrità e sostenibilità del Business Contrasto ai cambiamenti climatici Soddisfazione dei clienti Sostenibilità di prodotto e di processo	Comunicati Stampa	- Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Sito Web	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	- Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti in Associazioni di Categoria	- Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	- Comunicazione Corporate - Direzione Sostenibilità	Annuale	N° Download

**PARTNER
STRATEGICI PER
LA CIRCOLARITÀ**
CONCORRENTI

> Principali tipologie e canali di comunicazione con gli stakeholder

Oltre all'attività di stakeholder engagement svolta ai fini della lista di temi materiali prioritari, Lucart svolge diverse attività di coinvolgimento degli stakeholder. In particolare, i canali di informazione con i diversi stakeholder hanno periodicità di aggiornamento diversi che possono essere settimanali per il sito web e i social network, mensili o trimestrali per alcuni incontri su temi specifici con le organizzazioni sindacali o annuali per survey, visite guidate negli stabilimenti, open day, convention agenti.

Relazioni con il Personale

GRI 2-21
403-5
404-2
404-3

Le persone sono il fulcro intorno al quale ruota l'essenza del Gruppo Lucart.

Per questo motivo Lucart tutela e promuove il loro valore, il loro sviluppo e il loro successo, allo scopo di migliorare e accrescere il proprio patrimonio e la propria competitività.

Lucart offre pari opportunità a tutti i dipendenti sulla base delle loro qualifiche professionali e capacità, senza alcuna discriminazione di religione, sesso, genere, razza, credo politico o sindacale, adottando unicamente criteri meritocratici, di competenza ed esperienza.



Nel 2024 il rapporto tra la retribuzione annua totale massima e la retribuzione mediana degli altri dipendenti (esclusa la persona che riceve la retribuzione massima) è stato pari a 5,17. Si segnala, inoltre, che il rapporto tra l'aumento percentuale della retribuzione annua totale e quello relativo alla retribuzione mediana degli altri dipendenti è risultato essere pari al 1,15¹¹.



Formazione e competenze tecniche trasversali

Tutti i percorsi formativi, che non rientrano nell'ambito della sicurezza sul lavoro, vengono pianificati a partire dalla rilevazione dei fabbisogni formativi.

Nella pianificazione annuale la Direzione Risorse Umane, in collaborazione con le singole Direzioni aziendali, raccoglie e definisce le richieste dei fabbisogni formativi dei dipendenti Lucart per l'anno successivo.

In base ai criteri di priorità formativa ed equità della distribuzione delle risorse, la Direzione Risorse Umane pianifica le azioni formative da implementare, scegliendo i Professionisti idonei con i quali andrà a definire i contenuti specifici e gestirà gli aspetti organizzativi dell'intervento.

Eventuali richieste aggiuntive, emerse in momenti successivi rispetto a quelli iniziali di raccolta dei fabbisogni formativi o successive al mutamento degli scenari organizzativi, tecnologici e normativi, vengono discusse e valutate dalla Direzione Risorse Umane di concerto con i Responsabili di funzione.

Il percorso formativo implementato per le singole risorse non è mai standardizzato sulla tipologia di ruolo aziendale, ma è strutturato ad hoc in base alle conoscenze e competenze del dipendente, al fine di colmare eventuali lacune rispetto a quanto richiesto dal ruolo, sia in termini di conoscenze tecniche sia in termini di competenze trasversali.

Nel 2024 è stato erogato un importante programma specifico in ambito Sostenibilità - ESG, su tematiche ambientali, benessere, cura della persona e sviluppo digitale attraverso l'attivazione del bando Fondo Nuove Competenze (seconda edizione). Tale formazione ha coinvolto la totalità degli impiegati, quadri e dirigenti di Lucart S.p.A. per circa 60 ore pro capite¹². Sono inoltre proseguiti i percorsi di formazione e aggiornamento sia tecnica sia linguistica, così come l'attività formativa legata alla sicurezza sul lavoro, alla cybersecurity e AI, alla qualità e lean manufacturing.



Tutti gli impiegati e manager neoassunti ricevono un percorso di induction di quattro settimane (c.d. "onboarding weeks"), previste in diversi periodi dell'anno. Ogni settimana è dedicata a uno dei quattro punti fondamentali della people strategy di Lucart: sharing, caring, accountability e vision.

Durante gli incontri di onboarding il dipendente ha modo di conoscere concretamente la vision dell'Azienda, l'impegno verso la sostenibilità, le particolarità e le sfide del nostro business; il tutto attraverso il racconto diretto di responsabili e colleghi delle diverse Funzioni aziendali.

¹¹ A partire dal 2024, risultano inclusi anche i dati riferiti alla Ungheria. Per Lucart S.p.A., dal conteggio sono stati scorporati i valori dei premi erogati in corso d'anno specificatamente legati ad un progetto speciale aperto e terminato nell'anno stesso.

¹² Considerando la totalità dei dipendenti del Gruppo Lucart, il 18% ha ricevuto nel corso del 2024 una formazione specifica in ambito sostenibilità (60 ore pro-capite).



Valutazione delle competenze

Lucart crede fermamente che esplicitare e formalizzare il processo di valutazione delle competenze dei collaboratori porti un significativo valore aggiunto all'interno dell'organizzazione: è un atto di trasparenza, chiarezza e lealtà che aiuta l'organizzazione e le persone che ne fanno parte, ad avere piena consapevolezza dei valori in cui crede e degli stili relazionali che intende promuovere per migliorare il benessere delle persone e le loro performance.

Per Lucart, quindi, la valutazione delle Risorse Umane è un processo attraverso il quale le persone si orientano e possono valorizzare le competenze distintive utili, migliorarne i risultati e accrescere il valore del capitale umano.

La valutazione delle competenze (Skill Mapping) è il processo di valutazione delle soft e technical skill dei dipendenti Lucart con l'obiettivo di individuare sia eventuali aree di miglioramento sia punti di forza da valorizzare, ma anche di orientamento delle persone ai comportamenti ritenuti strategici dall'Azienda (Evaluation e Improvement).

Coerentemente con questa visione, Lucart ha strutturato il processo di valutazione delle competenze affinandone gli strumenti ed estendendone la platea, consapevole che si tratta di un processo in continua trasformazione sia per i presupposti metodologici sottesi, sia per la progressiva e inevitabile evoluzione tecnologica, che porterà con sé la possibilità di semplificare la parte amministrativa e supporterà gli utenti (valutati e valutatori) nella lettura, analisi e interpretazione delle valutazioni effettuate.

Durante il 2024 si è conclusa l'implementazione del modulo Performance nel nuovo software HCM (Human Capital Management), che consente di avere un processo standard di Gruppo per la valutazione di tutto il personale interno. Il go-live del processo è stato effettuato nel Q2 2024. Nel 2025 è previsto un ulteriore sviluppo dei processi HR, allargando il perimetro HCM al Plant in UK (unico Stato rimanente per l'integrazione) e inserendo un nuovo modulo per la gestione integrata della compensation.

PERCENTUALE DEI DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE REGOLARE DELLO SVILUPPO DI CARRIERA PER CATEGORIA E GENERE

Qualifica	Anno	M	F
Manager	2022	28%	61%
	2023	38%	68%
	2024	27%	35%
Impiegati	2022	23%	20%
	2023	40%	31%
	2024	18%	11%
Operai	2022	21%	54%
	2023	21%	68%
	2024	18%	58%



Lavoro Agile (Smartworking)

Dopo aver sperimentato largamente diverse modalità di lavoro agile a partire dal 2020, Lucart attualmente ha un sistema definito di smartworking per cui tutti coloro che lavorano negli uffici possono, previo accordo individuale così come previsto dal Decreto-legge 81/2017, usufruire del lavoro agile un giorno per settimana lavorativa.



Comunicazione Interna

La Newsletter aziendale, ormai strumento consolidato di condivisione delle informazioni interne riguardanti il Gruppo, viene redatta dall'Ufficio Comunicazione Corporate che, di concerto con le varie Direzioni, raccoglie le notizie rilevanti, le collaborazioni, le partnership e gli obiettivi raggiunti dai vari stabilimenti.

Nel 2024 sono stati realizzati 8 numeri della Newsletter e il tasso di apertura, nelle diverse lingue, si è confermato intorno al 50% raggiungendo gli obiettivi prefissati per lo strumento.

Le principali notizie riguardanti il Gruppo vengono riportate sulle bacheche aziendali poste nei reparti produttivi degli stabilimenti, sugli schermi informativi e sul portale web "Zucchetti" a disposizione dei lavoratori di Lucart S.p.A. in Italia.

TASSO DI
APERTURA
NEWSLETTER
50%
CIRCA



2.4

Struttura del Personale Lucart

GRI 2-7
2-8
401-1
401-3
404-1
405-1

I dati riportati nelle seguenti tabelle si riferiscono alla struttura societaria al 31 dicembre 2024.

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI PER GENERE

Anno	M	F	Tot.
2022	1.477	234	1.711
2023	1.490	231	1.721
2024	1.510	238	1.748

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI PER LEGAL ENTITY

Anno	Italia	Francia	Spagna	UK	Ungheria	Slovenia	Germania	Tot.
2022	985	337	214	92	74	4	5	1.711
2023	1.000	326	220	90	75	4	6	1.721
2024	982	349	232	99	74	4	8	1.748

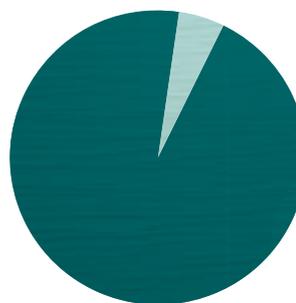
NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CON RELATIVA SCOMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE E GENERE

Tipo di contratto ¹³	Anno	M	F	Tot.
Tempo Determinato	2022	55	18	73
	2023	53	15	68
	2024	67	14	81
Tempo Indeterminato	2022	1.422	216	1.638
	2023	1.437	216	1.653
	2024	1.443	224	1.667

Nel 2024 il numero di lavoratori non dipendenti del Gruppo Lucart è pari a 120 di cui 115 in somministrazione e 5 in tirocinio.

¹³ In nessuna delle sedi di Lucart ci sono dipendenti con contratto a ore non garantite.

**% DIPENDENTI PER TIPOLOGIA
CONTRATTUALE**



5%
Tempo
determinato

95%
Tempo
indeterminato

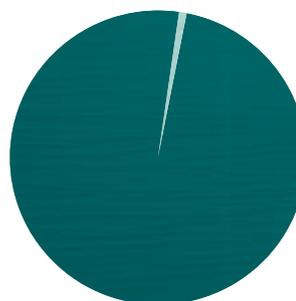
DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE¹⁴

Tipo di contratto	Anno	Italia	Francia	Spagna	UK	Ungheria	Slovenia	Germania	Europa (altri paesi)	Resto del mondo	Totale
Indeterminato	2023	960	285	199	76	75	2	4	29	23	1.653
	2024	959	301	196	79	73	2	6	34	17	1.667
Determinato	2023	11	39	16	0	0	0	0	1	1	68
	2024	4	47	29	0	0	0	0	0	1	81

**NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CON RELATIVA
SCOMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA E GENERE**

Tipo di contratto	Anno	M	F	Tot.
Part Time	2022	6	13	19
	2023	6	12	18
	2024	10	15	25
Full Time	2022	1.471	221	1.692
	2023	1.484	219	1.703
	2024	1.500	223	1.723

**% DIPENDENTI PART TIME
E FULL TIME**



1%
Part Time

99%
Full Time

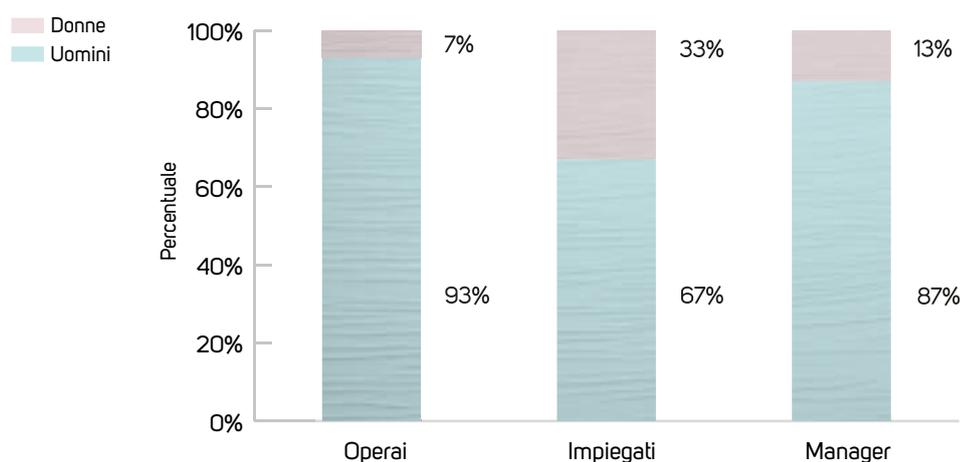
Sono considerati come dipendenti con contratto "Full Time" tutti i dipendenti il cui orario di lavoro contrattualizzato coincide con le ore/giornata lavorabili secondo la legge dello stato in cui sono assunti.

¹⁴ A partire dall'anno 2023 sono state mappate le nazionalità di ciascun dipendente a differenza di quanto adottato nelle precedenti rendicontazioni. Conseguentemente risulta possibile fornire un confronto sul biennio 2023 e 2024. I Senior Manager operanti nelle Company provengono per il 100% dalla comunità locale.

SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER ETÀ, QUALIFICA E GENERE

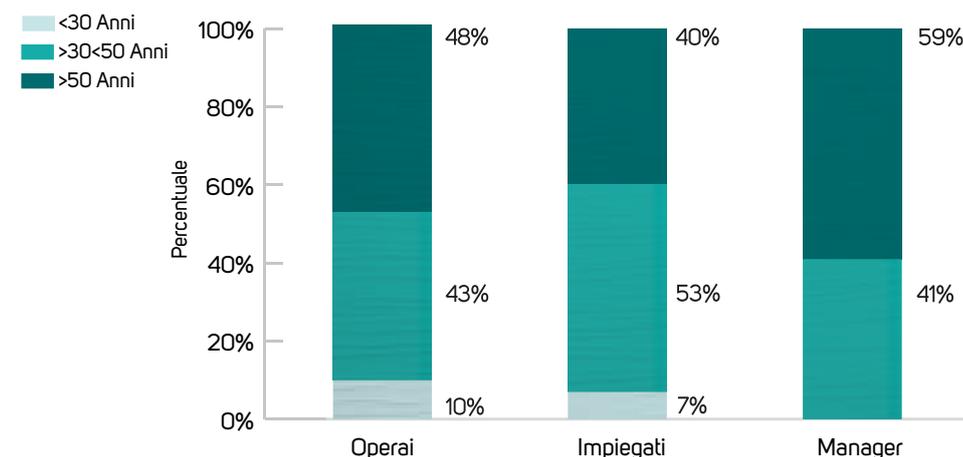
Qualifica	Anno	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Tot.
		M	F	M	F	M	F	
Manager	2022	1	0	60	15	72	6	154
	2023	1	0	59	15	71	4	150
	2024	0	0	46	16	86	4	152
Impiegati	2022	23	10	149	87	91	34	394
	2023	28	10	142	88	108	39	415
	2024	22	9	142	86	126	45	430
Operai	2022	86	12	518	44	477	26	1.163
	2023	77	9	502	37	502	29	1.156
	2024	96	15	463	37	529	26	1.166

PERCENTUALE UOMINI E DONNE PER QUALIFICA (ANNO 2024)



Qualifica	Anno	% M	% F
Manager	2022	86%	14%
	2023	87%	13%
	2024	87%	13%
Impiegati	2022	67%	33%
	2023	67%	33%
	2024	67%	33%
Operai	2022	93%	7%
	2023	94%	6%
	2024	93%	7%

PERCENTUALE FASCE DI ETÀ PER QUALIFICA (ANNO 2024)



Qualifica	Anno	<30 anni	30-50 anni	>50 anni
Manager	2022	1%	49%	51%
	2023	1%	49%	50%
	2024	0%	41%	59%
Impiegati	2022	8%	60%	32%
	2023	9%	55%	35%
	2024	7%	53%	40%
Operai	2022	8%	48%	43%
	2023	7%	47%	46%
	2024	10%	43%	48%

**SUDDIVISIONE DEI
DIPENDENTI PER ETÀ**

47%
>50 Anni



8%
<30 Anni

45%
>30 <50 Anni

**SUDDIVISIONE DEI
DIPENDENTI PER GENERE**

86%
Uomini



14%
Donne

NUOVE ASSUNZIONI PER ETÀ E GENERE¹⁵

Anni	Genere	2022		2023		2024	
<30 anni	M	71	64,5%	53	50,0%	59	50,0%
	F	23	100%	12	63,2%	22	91,7%
30-50 anni	M	79	10,9%	67	9,5%	83	12,7%
	F	32	21,9%	16	11,4%	17	12,2%
>50 anni	M	28	4,4%	23	3,4%	31	4,2%
	F	6	9,1%	4	5,6%	1	1,3%
Totale assunzioni		239	14,0%	175	10,2%	213	12,2%

CESSAZIONI PER ETÀ E GENERE¹⁵

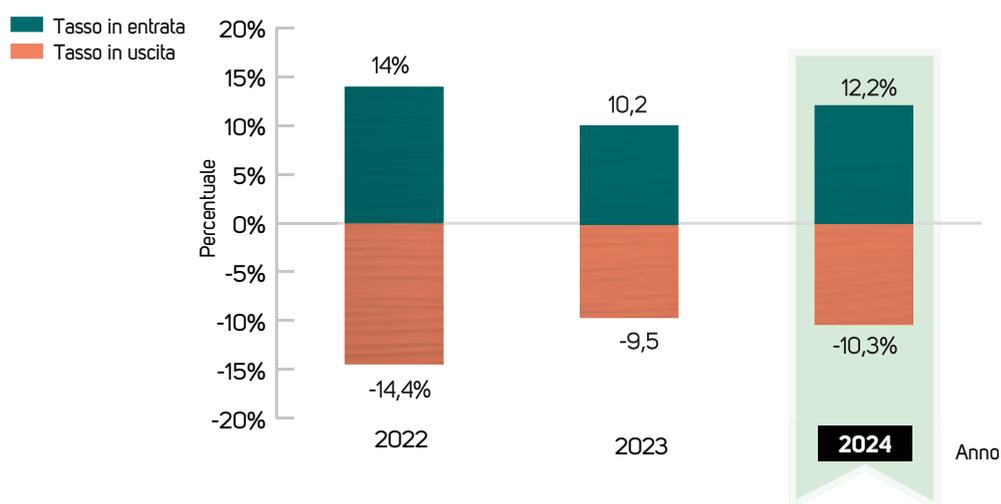
Anni	Genere	2022		2023		2024	
<30 anni	M	55	50,0%	33	31,1%	29	24,6%
	F	21	95,5%	10	52,6%	10	41,7%
30-50 anni	M	76	10,5%	46	6,5%	61	9,4%
	F	24	16,4%	17	12,1%	13	9,4%
>50 anni	M	62	9,7%	50	7,3%	60	8,1%
	F	8	12,1%	8	11,1%	7	9,3%
Totale assunzioni		246	14,4%	164	9,5%	180	10,3%

¹⁵ Tutte le percentuali riportate sono calcolate utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti per fascia di età e genere, fatta eccezione per la percentuale riferita al totale delle assunzioni che è calcolata utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti.

TURNOVER PER AREA GEOGRAFICA¹⁶

Tassi in entrata						
Area geografica	2022		2023		2024	
Italia	51	5,2%	62	6,2%	42	4,3%
Spagna	42	19,6%	24	10,9%	51	22,0%
Francia	106	31,5%	42	12,9%	70	20,1%
UK	14	15,2%	34	37,8%	37	37,4%
Ungheria	25	33,8%	11	14,7%	13	17,6%
Slovenia	1	25,0%	1	25,0%	0	0,0%
Germania	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%

Tassi in uscita						
Area geografica	2022		2023		2024	
Italia	52	5,3%	37	3,7%	62	6,3%
Spagna	42	19,6%	24	10,9%	13	5,6%
Francia	93	27,6%	53	16,3%	62	17,8%
UK	25	27,2%	36	40,0%	28	28,3%
Ungheria	33	44,6%	13	17,3%	15	20,3%
Slovenia	0	0,0%	1	25,0%	0	0,0%
Germania	1	20,0%	0	0,0%	0	0,0%



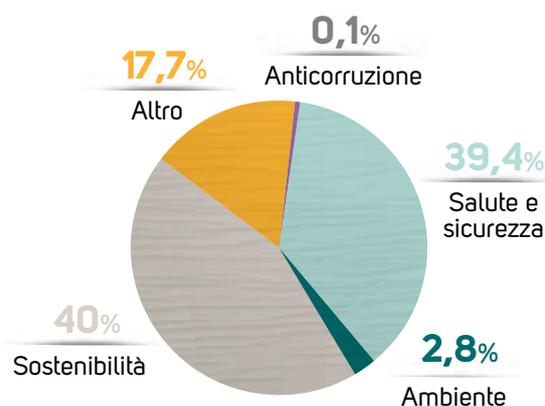
¹⁶ I tassi riportati per area geografica sono calcolati utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti per singola legal entity del Gruppo.

**ORE MEDIE DI FORMAZIONE PRO CAPITE PER I DIPENDENTI
PER QUALIFICA E GENERE**

Qualifica	Anno	M	F	Media ore pro capite
Manager	2022	16,5	19,1	16,9
	2023	19,6	17,6	19,3
	2024	30,9	28,8	30,6
Impiegati	2022	12,7	6,9	10,8
	2023	17,5	15,0	16,7
	2024	27,3	37,1	30,5
Operai	2022	7,1	16,8	7,8
	2023	5,9	7,9	6,1
	2024	8,0	6,0	7,9

**ARGOMENTI TRATTATI
NELLE FORMAZIONI**

Anche nel 2024 si rendicono il dettaglio delle tematiche che sono state oggetto della formazione svolta verso i propri dipendenti: 1) anticorruzione (come richiesto dal GRI 205-2); 2) salute e sicurezza; 3) ambiente (es. gestione rifiuti, sistema gestione ambientale, ecc.); 4) sostenibilità (tematiche ESG, formazione specifica su Diversity & Inclusion); 5) altro (es. corsi manageriali e di leadership, corsi di lingua, formazione sul demand planning, ecc.).


CONGEDO DI MATERNITÀ/PATERNITÀ

	2023			2024		
	M	F	TOT.	M	F	TOT.
Numero totale dei dipendenti con diritto al congedo parentale	1.490	231	1.721	1.510	238	1.748
Numero totale dei dipendenti che hanno goduto del congedo parentale	25	7	32	46	11	57
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale	25	5	30	46	8	54
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del periodo di congedo parentale e che sono ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro	24	5	29	23	5	28
Percentuale dei dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	100%	71%	94%	100%	73%	95%
Tasso di permanenza	100%	83%	97%	92%	100%	93%

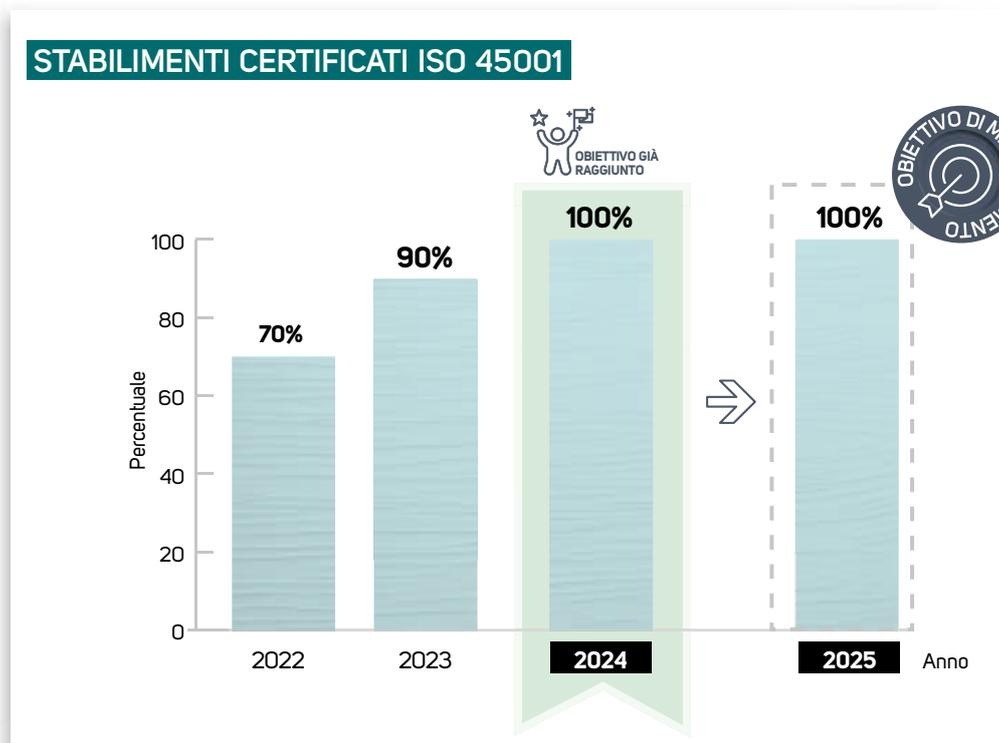
2.5 Salute e Sicurezza sul Lavoro

GRI 403-1
403-2
403-3
403-4
403-5
403-6
403-7
403-9

La volontà di Lucart è quella di minimizzare gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali garantendo ai propri dipendenti e a tutti coloro che lavorano negli stabilimenti e uffici un ambiente di lavoro salubre e sicuro. Per raggiungere questo obiettivo l’Azienda si è dotata di sistemi integrati e strutturati, all’interno dei quali viene declinata, implementata e monitorata la Politica della Sicurezza Aziendale. Dal 2020 tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo hanno ottenuto la certificazione multisito ISO 45001:2018. Nel 2022 lo stabilimento di Blackmore Park nel Regno Unito ha ottenuto la certificazione ISO 45001:2018. Nel 2023 anche gli stabilimenti di Laval-sur-Vologne, Artziniega e Nyergesújfalu hanno raggiunto tale certificazione. Nel 2024 anche lo stabilimento di Aranguren ha ufficialmente raggiunto questo importante risultato, permettendo con un anno in anticipo il raggiungimento dell’obiettivo di miglioramento di completa copertura degli stabilimenti produttivi del gruppo da parte della certificazione ISO 45001:2028.

Per Lucart risultano centrali il coinvolgimento dei lavoratori e la loro costante sensibilizzazione sulle tematiche relative alla sicurezza in azienda insieme al consolidamento di positive relazioni con le organizzazioni sindacali di stabilimento e territoriali. Tutto questo ha reso possibile, di comune accordo, il perseguimento di target sempre più ambiziosi per la sicurezza sul lavoro e la tutela della salute dei lavoratori.

In maniera continuativa le Risorse Umane hanno portato avanti, attraverso una forte sinergia con l’area sicurezza, l’aggiornamento dei programmi di formazione previsti dall’Accordo Stato Regioni del 2011-2012 e s.m.i. per tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo.



> Formazione per la sicurezza sul lavoro

Lucart fornisce e garantisce ai propri dipendenti un adeguato ciclo formativo sul tema della sicurezza sul lavoro.

Al momento dell’ingresso del nuovo dipendente in azienda, a seconda del gruppo omogeneo di appartenenza (individuato dal documento di valutazione dei rischi), viene pianificata la formazione necessaria.

Il “Corso di formazione obbligatoria lavoratori” precede qualsiasi attività operativa, e rappresenta il primo ciclo di formazione in azienda. Questo tipo di formazione può avere durata di 8 o 16 ore in base al gruppo omogeneo di appartenenza.

Il Servizio di Protezione e Prevenzione di Stabilimento informa la Direzione Risorse Umane delle attività che svolgerà il nuovo assunto.

L’Azienda ha individuato dei “Ruoli di Sicurezza” ai quali è associato un percorso formativo mirato che la Direzione Risorse Umane attiverà per la risorsa specifica. I lavoratori ricevono quindi sia la formazione obbligatoria di base sia gli aggiornamenti richiesti dalla normativa vigente.

Tale percorso formativo viene seguito non soltanto al momento di ingresso dei nuovi assunti, ma anche in caso di variazione/integrazione di mansione e/o “Ruolo di Sicurezza”.

**BEST
PRACTICE**



Periodicamente viene riunito il **Comitato di Sicurezza** al quale partecipano tutti gli attori¹⁷ principali, a partire dal Datore di Lavoro; il comitato esamina i risultati confrontandoli con gli obiettivi e definisce le azioni strategiche e operative necessarie. Ogni Stabilimento è poi dotato di strumenti di analisi e controllo ben definiti quali i **Safety Meeting**, gli **Audit** per reparto e area, i **Programmi di Miglioramento** e di **Formazione**. Ai Safety Meeting partecipano inoltre le Rappresentanze Sindacali dei singoli stabilimenti.

Gli infortuni, in particolare, sono controllati su tutti gli stabilimenti del Gruppo tramite una registrazione degli indicatori di riferimento, quali il NUMERO di INFORTUNI¹⁸ nel periodo, gli INDICI di FREQUENZA¹⁹ e di GRAVITÀ²⁰.

Particolare attenzione viene dedicata alla registrazione e all’analisi dei mancati infortuni in modo da progettare e attuare le azioni correttive necessarie secondo il principio di prevenzione.

Per quanto riguarda gli stabilimenti italiani del Gruppo, tutte le attività di cui sopra sono realizzate in stretta relazione con l’Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2011.

Si riportano di seguito gli andamenti degli infortuni e degli indicatori IF (indice di frequenza) e IG (indice di gravità) per tutti i siti produttivi, centri logistici e magazzini del Gruppo Lucart.

NUMERO INFORTUNI E INDICI INFORTUNISTICI²¹ 2024 - DIPENDENTI

Unità produttiva	Numero infortuni totale	Numero infortuni > 180 giorni	IF	IG
Italia	14	1	8,96	0,64
Francia	19	0	35,81	0,00
Spagna	7	0	21,26	0,00
Ungheria	0	0	0,00	0,00
Uk	2	0	14,39	0,00
TOTALE	42	1	15,66	0,37

Si segnala inoltre che, a fronte di 2.682.049 ore lavorate dai dipendenti del Gruppo, il tasso di infortuni >180gg è pari a 0,37. Per i lavoratori non dipendenti si registrano 5 infortuni non gravi a fronte di 161.671 ore lavorate (tasso di infortuni pari a 30,93; tasso di infortuni >180gg pari a 0). Non si registrano decessi né fra i dipendenti né fra i non dipendenti.

> “Obiettivo Zero”

Negli ultimi anni in tutti gli stabilimenti italiani sono stati conseguiti numerosi successi nel percorso di abbattimento degli infortuni sul lavoro e anche nel 2024 Lucart S.p.A. si è, infatti, confermata virtuosa in tale ambito con lo stabilimento di Torre di Mosto che ha raggiunto il prestigioso “Obiettivo Zero”. Da segnalare che anche lo stabilimento ungherese non ha registrato infortuni nel corso del 2024.

> Campagna “Segui la Sicurezza”

Dalla collaborazione fra il Servizio di Prevenzione e Protezione del Gruppo, la Direzione Risorse Umane e l’Ufficio Comunicazione, è stata ideata nel 2021 e lanciata nel primo trimestre del 2022, una campagna di comunicazione dedicata alla responsabilità individuale nella prevenzione dei rischi legati alle operazioni di lavoro. Protagonisti della campagna sono stati proprio alcuni lavoratori dell’Azienda che si sono prestati, con i loro figli, a un servizio fotografico per valorizzare il ruolo fondamentale della prevenzione nell’assicurare benessere e serenità tanto in azienda quanto a casa e nel tempo libero.



¹⁷ Il comitato di Sicurezza è composto da: gli Amministratori delle società del Gruppo, il Chief Operations Officer, i delegati sicurezza, gli RSPP/ASPP degli stabilimenti italiani, i referenti sicurezza delle altre società del Gruppo, il Chief HR Officer, il Legal Counsel, il Chief Technology Officer, l’Organismo di Vigilanza, HSE, HS.

¹⁸ La metodologia di calcolo degli infortuni, a partire dall’anno 2023, è stata adeguata a quanto richiesto dallo standard GRI 403, che prevede di conteggiare tutti gli infortuni con certificato medico indipendentemente dal numero di giorni di assenza a questi relativi, a differenza della normativa italiana che considera tre giorni di assenza ai fini del conteggio come infortunio (approccio utilizzato fino al 2022).

¹⁹ Indice di Frequenza (IF): Numero di infortuni/Ore lavorate x 1.000.000.

²⁰ Indice di Gravità (IG) (a partire dall’anno 2023 è stato adeguato il calcolo di tale indice a quanto richiesto dal GRI 403-9): Giorni di assenza per infortuni > 180gg/Ore lavorate x 1.000.000.

²¹ Il conteggio degli infortuni tiene conto degli infortuni con certificato medico, indipendentemente dal numero di giorni di assenza a questi associati. Si considerano gli infortuni in itinere solo quando il viaggio è organizzato dall’azienda. Sono escluse dal conteggio degli infortuni le filiali commerciali in Germania e Slovenia. Le principali tipologie di infortunio sono rappresentate da contusioni, ferite, fratture e traumi da schiacciamento.

Relazioni con gli altri Stakeholder

GRI 2-29
203-1

Le relazioni con gli stakeholder dell'Azienda (clienti e consumatori finali, azionisti e finanziatori, dipendenti, fornitori, comunità locale, media, organizzazioni sindacali, enti di regolamentazione, organizzazioni non governative, associazioni di categoria, scuole/università ed enti di ricerca, partner strategici per la circolarità), sono improntate al rispetto del sistema normativo del Codice Etico di Lucart con i suoi principi di legalità, lealtà, trasparenza, imparzialità e indipendenza. Il dialogo con gli stakeholder si concentra sulle tematiche rilevanti così come individuate dall'Analisi di Materialità descritta nel capitolo "Identità aziendale e indicatori di performance".

> Clienti e Consumatori finali

Lucart si impegna a soddisfare i propri clienti in adempimento agli obblighi fissati dalla normativa, dai contratti e dagli standard di qualità prefissati.

Gli obiettivi principali sono la soddisfazione e la tutela dei propri clienti, la sicurezza del prodotto, l'attenzione alle richieste specifiche, il miglioramento della qualità dei prodotti e l'offerta di nuove prospettive di business. Tutto questo nella logica di una partnership orientata a soluzioni di avanguardia stabili nel tempo e di semplice utilizzo, che creino valore.

Le attività di comunicazione con i clienti e i consumatori finali, si sono concentrate sulle tematiche individuate come rilevanti secondo l'analisi di materialità e hanno quindi riguardato in particolare: integrità e sostenibilità del business, contrasto ai cambiamenti climatici, sostenibilità di prodotto e di processo, approvvigionamento responsabile delle risorse lungo la filiera, sicurezza del prodotto, soddisfazione del cliente.

AREA AWAY FROM HOME

Tree Challenge

L'incentivazione su scala internazionale Tree Challenge nasce con l'obiettivo di creare maggiore consapevolezza intorno al progetto EcoNatural e maggiore sensibilità verso progetti ad alto contenuto ecosostenibile.

La competizione internazionale è rivolta ai venditori dei nostri partner principali, premiando i più efficaci nel salvare gli alberi ma fornendo allo stesso tempo la possibilità a tutti i partecipanti di richiedere uno o più premi sostenibili sulla base del livello maturato.

Gli alberi salvati rappresentano il metodo di calcolo della stessa incentivazione, che mantiene la caratteristica fondamentale della gamma di prodotti sulla quale si basa: la sostenibilità. I venditori dei partner partecipanti hanno, da un lato, la possibilità di incrementare il loro personale numero di alberi salvati gareggiando tra loro e, dall'altro, ottenere il loro contestuale **Certificato di Risparmio Ambientale** sul quale vengono riportati, oltre agli alberi non utilizzati, anche la CO₂ non emessa e i cartoni per bevande recuperati.

Nel 2024, nel solo periodo dell'incentivazione, Lucart, grazie alla campagna di incentivazione Tree Challenge, ha permesso di evitare l'utilizzo di 51 mila alberi e ha evitato di immettere nell'ambiente oltre 3 milioni di kg di CO₂e.



Environmental Saving Calculator

Il 2024 ha visto il rinnovamento del Environmental Saving Calculator (ESC), uno strumento online che permette di calcolare l'impatto ambientale positivo derivante dall'acquisto dei prodotti della linea EcoNatural, realizzati in Fiberpack, la materia prima ottenuta dal riciclo delle fibre di cellulosa dei cartoni per bevande. Grazie a questa nuova versione, il tool è diventato ancora più user-friendly, grazie ad un'interfaccia intuitiva e accattivante, semplificando l'esperienza dell'utente. Inoltre, il rinnovamento ha permesso di rafforzare il metodo di calcolo, ora consolidato da Ergo, spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Grazie a questo consolidamento, i dati ottenuti tramite l'ESC sono supportati da un rigoroso approccio scientifico, assicurando maggiore trasparenza e precisione nel calcolo del contributo ambientale in termini di cartoni per bevande riciclati, alberi non utilizzati e CO₂e evitata.

LAN – Lucart Accelerator Network

Dal 14 al 16 ottobre si è tenuta a Malta la riunione annuale con gli "Acceleratori" Lucart, un network di distributori presenti sull'intero territorio mondiale, grandi sostenitori di Lucart e sempre pronti a recepire attivamente e proattivamente novità e stimoli da parte dell'azienda. "La sostenibilità illumina il nostro percorso verso il futuro" è stato il fils rouge dell'evento, perché siamo davvero convinti che l'innovazione sia il motore di tutto, ma solamente l'innovazione sostenibile può garantire un futuro migliore alla comunità e al pianeta, e questo i nostri partner commerciali lo sanno bene. Durante l'evento non sono mancati momenti di scambio e condivisione,

nonché interventi esterni di docenti universitari e professionisti del mercato che hanno arricchito la nostra visione con le loro conoscenze e hanno motivato e rafforzato la convinzione che la chiave del successo sia appartenere a un team coeso e unito verso lo stesso obiettivo; un team che condivida gli stessi valori, che riconosca nella peculiarità di ogni singolo la ricchezza e la forza del gruppo e che sappia sfruttare in modo costruttivo la diversità di ogni mercato. Come sempre, nel corso delle giornate si sono alternati ai momenti di alta professionalità anche momenti di puro svago e convivialità, i quali hanno rafforzato ulteriormente il clima di stima e fiducia reciproca.



Convention Velo

Dal 5 al 12 marzo 2024 si è svolta in Thailandia la tradizionale convention dedicata ai concessionari Velo, un evento esclusivo riservato solamente allo storico network di distributori del marchio Velo sul territorio italiano. Durante il viaggio, si sono alternati sessioni di lavoro focalizzate sulla condivisione di progetti aziendali e sulle esperienze di successo dei partner, e si sono organizzati dei workshop con l'intento di individuare soluzioni innovative nel perseguire obiettivi comuni. Nella suggestiva cornice di Phuket, sono stati ovviamente previsti anche momenti di svago e relax, che hanno reso l'esperienza ancora più completa e indimenticabile. Questa formula si distingue per l'importanza che attribuisce al rafforzamento del legame di partnership: un'opportunità unica per i concessionari di conoscersi meglio, apprezzare il nostro impegno nel valorizzare la loro fiducia e consolidare una collaborazione proficua, con l'obiettivo di sviluppare insieme, anno dopo anno, il business Velo.



Tenderly

A partire dal 2024, Lucart ha scelto di affidare la strategia di comunicazione del brand a una storica agenzia di comunicazione, che ha contribuito nel corso dei decenni a scrivere la storia della pubblicità italiana: il gruppo Armando Testa.

La strategia intrapresa è incentrata sul significato più profondo della parola **"tenerezza"** e al suo valore imprescindibile nella vita di oggi.

Da questa riflessione è nata una campagna distintiva, con un linguaggio completamente inedito per la categoria di prodotto. I consumatori sono chiamati a dare ascolto alla vera voce di tanti bambini che "ci vedono lungo" e, partendo da un prodotto di uso quotidiano, viene dato un importante messaggio con una valenza ben più profonda: **"Ehi, grandi, ascoltateci! Tutti abbiamo bisogno di tenerezza... e non solo quando facciamo i bisogni!"**.

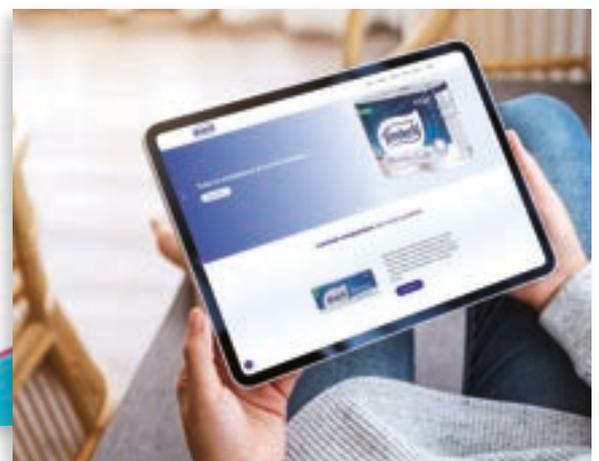
Una nuova strategia di comunicazione volta a massimizzare un posizionamento di marca premium, che giunge a perfetto supporto del percorso di rilancio della gamma, iniziato e completato nel corso del biennio 2023-2024.

Nel corso dell'anno il brand è stato protagonista di manifestazioni a premio ed eventi di spessore nazionale. Grazie alla **partnership con SCJohnson**, da gennaio a luglio '24, su packaging di una selezione di carte igieniche era presente un coupon sconto da 1€, utilizzabile per l'acquisto di Duck Fresh Discs.



Da maggio a dicembre '24, invece, la nuova igienica Tenderly Pink è stata lanciata con un concorso on pack **"Libera di amarti"**, grazie al quale era possibile partecipare all'estrazione giornaliera di una splendida collana firmata Vivian Gioielli. Parallelamente, il brand è stato poi sponsor in ambito sportivo al fianco delle donne e di tutti gli appassionati di ciclismo, nel Giro d'Italia Women 2024.

In autunno è stato infine lanciato il nuovo sito di Tenderly, con una esperienza utente ottimizzata, progettato per una navigazione da mobile pratica ed esaustiva.





Tutto

Nella prima parte dell'anno ci siamo concentrati su Tutto Pannocarta, passando da una narrazione incentrata sulla versatilità (2023) a una narrazione dedicata alla consistenza e unicità del prodotto.

Nella seconda parte dell'anno, grazie al compimento del lancio/ rilancio di Cucina Più, Cucina Style e Pannocarta, è stato compiuto un importante upgrade: dopo aver parlato di versatilità, di consistenza, giungiamo a presidiare un territorio nuovo e mai esplorato per i prodotti tissue. Il 2024, del resto, è l'anno delle novità tech: da OpenAI che mostra le potenzialità del nuovo GPT-4 in una live mondiale, a Apple che dalla Silicon Valley svela le nuove funzionalità dell'ultimo iPhone. Anche Tutto dice la sua nella categoria cleaning e spiega alle persone i benefici di una gamma che fa la differenza proprio grazie alla tecnologia.

Nasce quindi **Tutto**RIAL, la campagna che spiega le nuove tecnologie di gamma: Airlaid con Pannocarta, e Hi-Per, l'ultima nata nei laboratori Lucart, riguardante Cucina Più e Cucina Style. Una campagna che trae spunto dai grandi lanci tech e presenta la nuova gamma con uno stile curioso e sbalorditivo, tipici della Silicon Valley. Anche per questa seconda campagna si ricorre all'integrazione, nel flusso narrativo, di influencer che contribuiscono, in modo giocoso e in sintonia

con il tono di voce del brand, a spiegare ai potenziali target, ruolo e tecnologia di ogni prodotto.

Grazie nuovamente alla partnership con SCJohnson, fino a settembre '24, sul packaging di Tutto Pannocarta e Pannocarta Facile, era presente un coupon sconto da 1€, utilizzabile per l'acquisto di prodotti a marchio Pronto.

Nel primo semestre non sono mancati placement di prodotto nella storica trasmissione di cucina Cotto e Mangiato, e nel nuovissimo format L'Orto di Carlotta, in onda su Food Network (canale 33).

Sono stati attivati alcuni influencer grazie alla collaborazione con Casa Facile all'interno del momento Digital Week, che hanno dato vita ad una storia con i più svariati utilizzi di Pannocarta, dai più classici ai più creativi e originali.





Nel 2024 Grazie EcoNatural è stato protagonista sui canali social italiani e francesi,

di una campagna innovativa, dall'animo attivista, che si è articolata in due momenti distinti: uno di lancio, con l'obiettivo di spiegare e raccontare, e uno di richiamo, volto a consolidare.

Dopo essersi dichiarato leader del movimento silenzioso dei **SosteNinja** (un neologismo che fonde la parola sostenibilità con la parola ninja), il brand racconta chi è e cosa fa, poi con una forte call to action, invita le persone a unirsi al movimento.

Il manifesto del movimento esprime la propria ragion d'essere con la seguente affermazione, rintracciabile nella intro del video hero: **"siamo per il futuro degli alberi, perché non li tagliamo nel presente"**.

Uno status quo reso possibile grazie alle mosse silenziose ma efficaci dei SosteNinja, i guerrieri silenziosi che non tagliano gli alberi poiché utilizzano prodotti in carta 100% riciclata.

Il video hero si caratterizza per il ritmo utilizzato, l'ambientazione che richiama con forza la bellezza degli alberi e della natura, e un voiceover incisivo che accompagna la narrazione visiva e uditiva.

Alla luce dell'ingresso di Grazie EcoNatural anche sul mercato tedesco, il video è stato poi riadattato anche in lingua tedesca, conservandone l'imprinting originario.

Nell'ultima parte dell'anno è stato infine rilanciato, a seguito di restyling, il sito "grazie.it", migliorandone la navigabilità generale, la ricerca dei prodotti e la visibilità dell'offerta di gamma.



> Azionisti e Finanziatori

Lucart si è da sempre contraddistinta per un rapporto costante e trasparente con gli stakeholder finanziari, promuovendo una partnership finanziaria attiva improntata a una costante condivisione delle strategie aziendali e di investimento per concertare le più adeguate e avanzate soluzioni capaci di fornire supporto ai fabbisogni finanziari e non solo.

La partnership strategica con Azzurra Capital, che ha acquisito, a fine 2024, una partecipazione in Pasfin S.p.A., la holding che controlla Lucart S.p.A., è un esempio di come il Gruppo collabori con partner finanziari per supportare la crescita.

Inoltre, l'elevata attenzione del Gruppo Lucart ai temi ESG è stata condivisa con i principali istituti finanziari siglando finanziamenti sustainability linked.

> Fornitori

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto sono basate su una valutazione della qualità, del TCO (Total Cost of Ownership) dei beni e servizi richiesti, della capacità di fornire e garantire tempestivamente beni e servizi di livello adeguato alle specifiche esigenze della Società.

Lucart adotta un criterio di selezione del fornitore improntato al rispetto della normativa vigente, del regolamento interno e del codice etico; in nessun caso un fornitore dovrà essere preferito a un altro in ragione di rapporti personali, favoritismi o vantaggi diversi da quelli dell'esclusivo interesse e beneficio di Lucart.

Per l'acquisto delle cellulose vergini al di fuori della Comunità Europea in particolare, l'acquisto avviene solo dopo attenta valutazione ai sensi dell'EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.).

La totalità delle cellulose utilizzate proviene da catene di custodia certificate e le certificazioni adottate (FSC®, PEFC e SFI®) oltre al rispetto della corretta gestione ambientale, garantiscono anche il rispetto dei diritti dei lavoratori e delle comunità locali.

Gli acquisti sono per lo più concentrati in Italia, Francia, Spagna, Ungheria e UK, paesi che al momento ospitano gli stabilimenti del Gruppo. Nella tabella che segue abbiamo considerato come acquisti locali tutti gli acquisti effettuati all'interno del paese sede della società.

La società Lucart Kft. è dotata di uno stabilimento produttivo di sola trasformazione e conseguentemente importa bobine di carta da trasformare dalle altre filiali del Gruppo. Funge anche da centro di distribuzione per l'est Europa di prodotti finiti AFH che in parte sono prodotti in altri stabilimenti del Gruppo.

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA ACQUISTI

La metodologia per rendicontare la seguente informativa è stata revisionata per rafforzare ulteriormente il quadro rappresentato. Sono incluse le voci seguenti: costi sostenuti per l'approvvigionamento di materie prime, consumabili e altri beni; costi sostenuti per i servizi e per l'utilizzo di beni-assets di terze parti.

Percentuale di acquisti concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.

Lucart S.p.A.		Lucart SAS		Lucart Tissue & Soap S.L.U.		Lucart Kft.		Lucart Hygiene Ltd.	
Italia	56%	Francia	55%	Spagna	61%	Ungheria	16%	UK	49%
Estero	44%	Estero	45%	Estero	39%	Estero	84%	Estero	51%

> Comunità Locale



Lucart intrattiene regolari rapporti con le istituzioni locali, con associazioni di volontariato, come la Croce Rossa o le Misericordie o la Protezione Civile e con le scuole pubbliche presenti sul territorio al fine di contribuire al benessere delle comunità locali. I contatti diretti permettono di arrivare velocemente alla conoscenza delle effettive esigenze e al loro soddisfacimento.

I contatti con le scuole del territorio lucchese, finalizzati soprattutto allo sviluppo della cultura del riciclo e dell'utilizzo consapevole dei prodotti, sono stati mantenuti anche sostenendo la partecipazione degli istituti all'iniziativa "Puliamo il Mondo" di Legambiente.

Nel 2024 Lucart ha donato alle istituzioni locali e alle Misericordie prodotti in carta per l'igiene, oltre al consueto supporto finanziario alla Fondazione Meyer. Prodotti a uso igienico sanitario sono stati donati ad associazioni attive sul territorio a supporto delle famiglie in difficoltà.

Come ogni anno, in osservanza del Codice Etico della società, i regali inviati dai fornitori ai dipendenti del Gruppo sono stati raccolti e donati ad associazioni del territorio.

> Media

I rapporti con i Media sono improntati ai principi della trasparenza e collaborazione e sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione Corporate che raccoglie le richieste di informazioni provenienti dai giornalisti provvedendo a fornire le informazioni richieste. Nel 2024 l'Ufficio Stampa Lucart ha attivamente informato i Media con particolare attenzione alle tematiche relative alla sostenibilità, all'economia circolare, agli investimenti e alle attività con finalità sociale svolte sul territorio.

La copertura sui media italiani nel 2024 è migliorata a livello qualitativo rispetto al 2023.

L'attività di relazione con i Media è stata portata avanti anche in Francia, Ungheria e Spagna con buoni risultati in termini di posizionamento.

GRI 2-30

SDG 

> Organizzazioni Sindacali

Da sempre Lucart mantiene con le Organizzazioni Sindacali un sistema di Relazioni Industriali strutturato, basato su un confronto costruttivo, sia a livello locale e provinciale, sia a livello internazionale con il CAE – Comitato Aziendale Europeo.

Nel 2024 non ci sono stati incontri del Comitato Aziendale Europeo in quanto, pur essendo vigente un accordo a riguardo, il ruolo di rappresentante sindacale internazionale è diventato vacante e i sindacati non hanno ancora nominato un sostituto.

Nelle aziende italiane del Gruppo viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro "Cartaio e Cartotecnico Industria" e, oltre a questo, sono presenti accordi aziendali di secondo livello il cui obiettivo è gestire, d'intesa con le rappresentanze dei diversi stabilimenti, le crescenti sfide di business e le esigenze dei lavoratori.

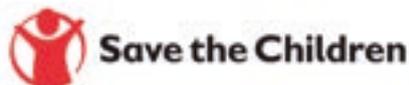
Nel luglio 2024 si è conclusa la trattativa per il rinnovo del contratto integrativo dello stabilimento di Diecimo, con una durata fino al 31 dicembre 2026. Nelle consociate estere del Gruppo il rapporto di lavoro è regolamentato da contrattazione collettiva in Francia e Spagna (per la totalità dei dipendenti) e individuale negli altri Paesi.

Lucart sostiene le organizzazioni non Governative con le quali condivide principi e valori.

Fra queste ricordiamo:

GRI 2-28

SDG



Da diversi anni Lucart ha instaurato una collaborazione con Save the Children, l'Organizzazione Internazionale che da oltre 100 anni lotta per salvare la vita delle bambine e dei bambini e garantire loro un futuro migliore. Lucart ha scelto di sostenere, in particolare, tre importanti progetti dedicati ai bambini e ai loro genitori. A partire dal 2023, oltre a sostenere le iniziative **"Fiocchi in ospedale"** e **"Spazi mamme"**, ha sostenuto anche i **"Punti Luce"**.

Fiocchi in Ospedale

Fiocchi in Ospedale è un progetto di Save the Children nato nel 2012 per favorire la salute di bambine e bambini e dei loro genitori nei primi 1.000 giorni, per ascoltare e accompagnare futuri e neogenitori in un periodo cruciale per lo sviluppo delle capacità cognitive e relazionali di bambine e bambini. Inoltre, il programma prevede il riconoscimento dei servizi più appropriati per rispondere con continuità ai bisogni di tutti i futuri e neogenitori, oltre alla identificazione di particolari fragilità che richiedono interventi in emergenza, come il disagio psicosociale che porta a una diffusa condizione di ansia e disorientamento che spesso non trovano una risposta adeguata e tempestiva.

Il progetto Fiocchi in Ospedale è realizzato in collaborazione con Aziende Sanitarie Locali, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari e associazioni territoriali di 9 città italiane: Torino, Milano, Pescara, Roma, Napoli, Bari, Sassari, Brindisi, Ancona.



Spazi Mamme

Gli Spazi Mamme di Save the Children sono luoghi dove i genitori e i loro bambini dagli 0 ai 5 anni possono essere sostenuti gratuitamente nell'individuazione e nel rafforzamento delle proprie competenze, nella gestione delle risorse economiche e nell'emancipazione del nucleo familiare da condizioni di deprivazione. Ma anche il luogo dove i bambini e le bambine possono crescere vivendo esperienze e occasioni di socialità. Obiettivo del progetto è quello di contrastare i fattori che favoriscono l'incremento della povertà minorile e di prevenire il fenomeno della povertà educativa. Tutto questo attraverso l'accompagnamento dei bambini e delle bambine che già vivono una situazione di vulnerabilità nei quartieri più difficili delle nostre città italiane e attraverso percorsi di sostegno personalizzati che vedono coinvolti le famiglie, le comunità e i servizi territoriali.



Punti Luce

I Punti Luce di Save the Children sono spazi ad alta densità educativa, che sorgono nei quartieri e nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città per offrire opportunità formative ed educative gratuite a bambine, bambini, ragazze e ragazzi tra i 6 e i 17 anni. All'interno di questi spazi i minori e le famiglie possono usufruire di diverse attività completamente gratuite, tra cui: sostegno allo studio, laboratori artistici, musicali e di educazione alla cittadinanza attiva, promozione della lettura, accesso alle nuove tecnologie, gioco e attività motorie. Si offrono inoltre consulenze legali, psicologiche, pediatriche e di supporto alla genitorialità ai genitori o alle figure adulte di riferimento dei bambini.



VISITA IN STABILIMENTO

I bambini dei Punti Luce di Prato e di Potenza hanno potuto visitare gli stabilimenti di Borgo a Mozzano e Avigliano attraverso un percorso educativo e formativo.



Dal 2016 al 2024 Tenderly ha sostenuto Make a Wish nella realizzazione di 50 desideri. La missione di Make a Wish è realizzare desideri che cambino la vita a bambine e bambini e ragazze e ragazzi affetti da gravi malattie.

> Associazioni di Categoria e altri Enti

Lucart partecipa attivamente a numerose associazioni di categoria e ad altri istituti, tra i quali ricordiamo:

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



ASSOCIAZIONI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



ALTRE ASSOCIAZIONI



PROGETTO MODELLI DI SVILUPPO SOSTENIBILI DI CONFINDUSTRIA VENETO EST

Continua la collaborazione al "Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili" promosso da Confindustria Veneto Est e coordinato da Mario Paronetto e Silvia Dal Cin. Le 80 società aderenti condividono, attraverso incontri dedicati e visite degli stabilimenti, le pratiche messe in atto in tema di modelli di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale d'impresa.

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

Lucart è fermamente convinta che la qualità dei processi e dei prodotti sia strettamente connessa con la qualità delle competenze delle persone. Per questa ragione progetta e realizza programmi interni di sviluppo e partnership con istituzioni formative esterne, per facilitare e consolidare lo sviluppo delle competenze dei dipendenti e per aiutare i giovani a costruire una professionalità spendibile negli stabilimenti del Gruppo e nel tessuto economico locale.

In questo senso, Lucart ha avviato numerose collaborazioni con scuole tecniche in Italia, in Francia, in Ungheria, in Spagna e UK, con l'obiettivo di contribuire all'orientamento dei giovani, promuovendo i percorsi formativi a indirizzo cartario.

Molti professionisti Lucart portano la propria conoscenza direttamente all'interno delle scuole, tenendo lezioni e seminari sui processi di produzione e trasformazione della carta. In questo modo consentono agli studenti di comprendere e apprezzare l'applicazione pratica dei concetti teorici appresi nel loro percorso scolastico.

Infine, oltre a svolgere presso le scuole attività di orientamento, Lucart coopera all'attuazione dei piani di studio dei percorsi tecnici, ospitando studenti per periodi di tirocinio in Azienda: si tratta di un passaggio fondamentale per consolidare le competenze teoriche acquisite a scuola con un'esperienza diretta negli stabilimenti e nei laboratori dell'Azienda. Questi momenti di scambio rappresentano, tra l'altro, anche per l'Azienda un'occasione unica per entrare in contatto con molti potenziali candidati interessanti che diventeranno in futuro i tecnici più qualificati.

**ISTITUTI TECNICI SUPERIORI (ITS)**

Lucart dal 2019 ha portato a compimento, insieme con Assocarta, Confindustria e altre aziende del territorio lucchese, la progettazione e la partenza del primo ITS - Paper in Toscana, entrando a far parte della Fondazione che sovrintende l'erogazione dei corsi sotto l'autorizzazione della Regione. Nello specifico il corso intende formare figure altamente qualificate per lo svolgimento del processo produttivo nelle industrie del settore cartario.

Dopo aver contribuito alla progettazione e all'organizzazione del corso, Lucart porta avanti la propria partnership nella formazione ITS anche nelle attività di day by day, con docenze specifiche tenute dai propri responsabili tecnici ed effettuando formazione in azienda agli studenti attraverso stage specifici.

**MASTER CARTA E LAUREA MAGISTRALE IN TECNOLOGIA
E PRODUZIONE DELLA CARTA E DEL CARTONE**

Lucart è da molti anni partner del Master Carta Celsius di Lucca e ha sempre contribuito all'organizzazione con propri dipendenti come docenti d'aula.

Nel 2020 il Master Carta è stato affiancato e in parte sostituito dal nuovo corso di laurea magistrale in Tecnologia e Produzione della Carta e del Cartone dell'Università di Pisa. Lucart contribuisce allo sviluppo del percorso universitario attraverso donazioni, docenze e tavoli tecnici dedicati. Nel processo di formazione continua dei propri dipendenti sponsorizza inoltre la partecipazione a moduli specifici di formazione.

PROGETTO SCUOLA AREA AWAY FROM HOME

Il progetto scuola ha l'obiettivo di preparare le nuove generazioni e di motivarle ad agire in favore dell'economia circolare.

Il progetto mira a:

- > sviluppare un programma di studi sull'economia circolare per l'istruzione scolastica;
- > sviluppare un kit didattico sull'economia circolare;
- > formare i docenti sull'insegnamento dell'economia circolare (Train the Trainer);
- > aumentare la consapevolezza degli studenti sulla tematica della sostenibilità ed economia circolare grazie alla partecipazione attiva in attività pratiche.

Il progetto è stato implementato la prima volta in 66 scuole tra la Slovenia e la Lettonia ed è stato successivamente replicato e adattato in diversi Paesi.

Successo di particolare rilevanza in UK, grazie alla collaborazione e il supporto di una rete di 15 distributori, i quali hanno creduto fortemente nel progetto e hanno sostenuto Lucart nel diffondere l'educazione della sostenibilità e dell'economia circolare in ben 516 istituti.



> Enti e istituzioni di regolamentazione

Rappresentano gli organismi essenziali per la regolazione e lo sviluppo della società e del mercato. Si tratta sia delle Autorità di Regolamentazione a livello nazionale e internazionale sia delle Agenzie e degli Istituti a supporto di queste ultime.

Lucart s'impegna al rispetto quotidiano dei principali obblighi previsti dall'assetto normativo nazionale e internazionale, oltre che nella ricerca continua verso l'adozione di strumenti gestionali sempre più innovativi ed efficaci, per anticipare proattivamente i futuri obblighi legislativi.

Nel corso degli anni Lucart ha stabilito con le Istituzioni (ad esempio giunte e consigli comunali, provinciali e regionali, ministeri) e le Autorità di Regolazione (ad esempio l'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente – ARERA), gli Enti di Vigilanza (ad esempio Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale Toscana – ARPAT) e gli organi di Pubblica Sicurezza (ad esempio Corpo Forestale dello Stato, Uffici Doganali) un rapporto costruttivo per una sempre più concreta transizione verso uno Sviluppo Sostenibile e Circolare, oltre che di fattiva collaborazione per lo sviluppo del business a garanzia di una condotta etica e trasparente. Il dialogo con le autorità e i regolatori si è concretizzato prioritariamente attraverso incontri e tavoli tecnici.

> Partner strategici per la circolarità

Per la corretta creazione e gestione dei modelli di business circolari Lucart intrattiene relazioni con alcuni stakeholder strategici che non rientrano nella filiera tipica del settore cartario. Tali relazioni sono gestite con il coinvolgimento continuo non solo della Direzione Generale, ma anche delle aree Ricerca e Sviluppo, Comunicazione, Commerciale, Acquisti, Tecnica e Legale. Gli argomenti da affrontare possono, infatti, riguardare molteplici aspetti e richiedono una gestione attenta e continuativa di molti stakeholder diversi.

Attività di comunicazione Multistakeholder

GRI 2-26

> Comunicazione Digital

COMUNICAZIONE WEB

Nel corso dell'anno è continuato lo sviluppo e aggiornamento di tutti i siti internet del Gruppo, al fine di utilizzare questo strumento come efficace mezzo di contatto e interazione con i nostri stakeholder.

Istituzionali

www.lucartgroup.com

Il sito web corporate Lucart rappresenta la principale fonte di informazione del Gruppo. La sezione Newsroom, in particolare, consente di condividere con tutti gli stakeholder i principali avvenimenti del mondo Lucart.

Per favorire la comunicazione e la lettura dei contenuti, il sito web viene costantemente aggiornato in sei lingue: italiano, inglese, francese, spagnolo, ungherese e tedesco.



Away from home

www.lucartprofessional.com



www.fato.com

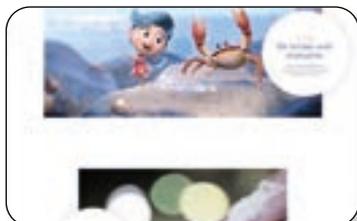


www.veloweb.it



Consumer

www.tenderly.it



www.tuttoxtutto.it



www.grazie.it



Acquisti online

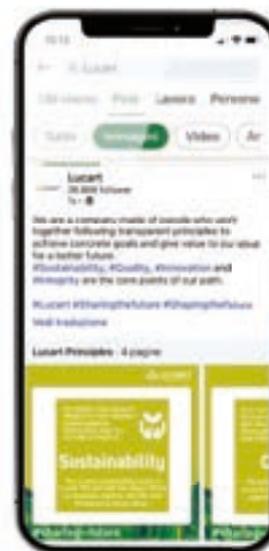
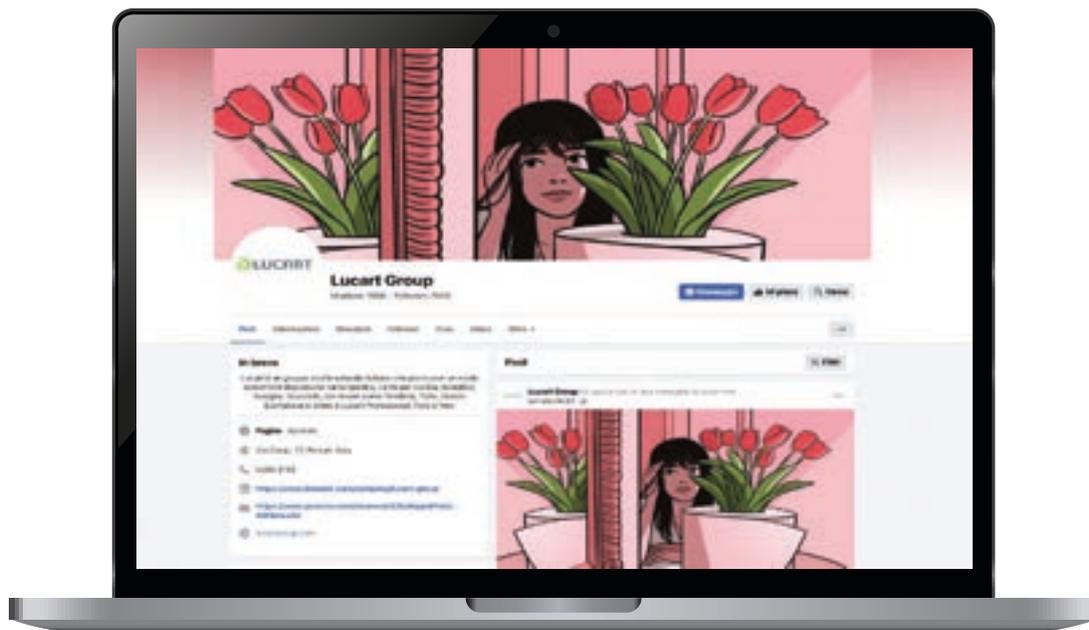
Grazieshop.it



SOCIAL NETWORK

L'account Lucart Group su LinkedIn ha segnato nel 2024 una grande crescita in numero di contatti e interazioni: + 23% di follower. Nel corso dell'anno abbiamo deciso di chiudere l'account sul social X e di aprire una pagina corporate su Facebook raccogliendo più di 5.000 follower nei primi mesi di utilizzo della piattaforma.

Le informazioni condivise sui social e collegate alla newsroom sul sito web corporate, sono in lingua italiana e inglese e il calendario editoriale riporta i principali eventi aziendali, le campagne dei brand, gli investimenti rilevanti, le uscite redazionali, i risultati ambientali del Gruppo e altre iniziative legate ai dipendenti.



CALENDARIO LUCART

Per il nono anno, Lucart ha voluto raccontare la propria storia e identità attraverso la creatività di un designer e illustratore di fama internazionale. Per il 2025 Lucart si è affidata alla matita di **Alessandro Baronciani**.



CONVEGNI

Numerosi sono stati i convegni e altri eventi in cui i Manager di Lucart sono stati invitati in qualità di relatori, fra i quali ricordiamo:

- > **Settimana della Sostenibilità**
Treviso
- > **EcoForum Legambiente**
Roma
- > **MIAC**
Lucca
- > **Fiera Ecomondo**
Rimini
- > **Conferenza Nazionale sull'Industria del Riciclo di Susdef**
Milano



FIERE

Nel 2024 il Gruppo ha partecipato, con una propria area espositiva, alle più importanti manifestazioni del settore.

- > **Ecomondo** – Fiera Corporate – Rimini, Italia
- > **Marca** – Fiera Consumer – Bologna, Italia
- > **PLMA** – Fiera Consumer – Amsterdam, Olanda
- > **The Cleaning Show** - Fiera AFH – Manchester, United Kingdom
- > **Cleantek** – Fiera AFH – Porto, Portogallo
- > **Interclean** - Fiera AFH – Amsterdam, Olanda

ECOMONDO

Fiera Corporate
Rimini, Italia



MARCA

Fiera Consumer
Bologna, Italia



PLMA

Fiera Consumer
Amsterdam,
Olanda



EVENTI

Presentazione Rapporto di Sostenibilità 2023

Alla presenza di numerosi stakeholder, Lucart ha presentato a Roma, presso l'Auditorium di Save The Children, il 19° Rapporto di Sostenibilità del Gruppo. L'evento, moderato dalla giornalista ambientalista Tessa Gelisio, è stato arricchito dalla presenza di autorevoli relatori e partner di progetti strategici che hanno condiviso con il pubblico la loro visione del futuro della sostenibilità sociale, ambientale ed economica.



Riciclo Aperto

Lucart ha aperto le porte dello stabilimento di Borgo a Mozzano con "Riciclo Aperto", iniziativa della filiera cartaria ideata da Comieco, nell'ambito della quarta edizione della Paper Week. Una giornata di informazione e sensibilizzazione dove scuole, privati e cittadini possono scoprire il mondo del riciclo della carta nell'unica cartiera di tissue italiana in grado di riciclare i cartoni per bevande tipo Tetra Pak®.



M'illumino di meno

In linea con le proprie strategie, Lucart ha aderito a M'illumino di meno, la giornata nazionale italiana del risparmio energetico e degli stili di vita sostenibili promossa dalla nota trasmissione radiofonica "Caterpillar" di Rai Radio 2, inserendo negli uffici e negli ambienti di lavoro una selezione di piante da interno.

SPONSORIZZAZIONI

Puliamo il mondo

Per il terzo anno Lucart ha sostenuto l'iniziativa promossa da Legambiente che coinvolge gruppi di volontari per liberare dai rifiuti e dall'incuria gli spazi cittadini. Il nostro contributo ha supportato le iniziative di raccolta promosse dalle scuole primarie di Borgo a Mozzano.



EcoForum

L'EcoForum, organizzato da Legambiente, nasce per stimolare un dibattito e un confronto tra Governo, istituzioni nazionali, regionali e locali, imprese, consorzi di filiera, operatori del settore e associazioni. L'Azienda ha sponsorizzato l'evento come Partner Principale.



Estate Porcarese Il villaggio del Bambino

L'evento, organizzato dal comune di Porcari, è rivolto alle nuove generazioni e rappresenta un'occasione di divertimento ma anche l'opportunità di sensibilizzare i bambini delle scuole primarie sul tema del riciclo e dei rifiuti. Lucart come Main Sponsor, ha assegnato un premio all'elaborato più creativo sul tema del riciclo.



TEDx Lucca

Per contribuire all'offerta culturale della città di Lucca, Lucart ha interamente sponsorizzato il TEDx Lucca scegliendo il Teatro del Giglio come palcoscenico. TEDx è un programma di informazione a livello globale portato avanti da migliaia di persone e organizzato nelle maggiori città del mondo.



Mercatino di Natale Pizzorne

Lucart ha sponsorizzato il tradizionale mercatino di Natale organizzato sulle montagne di Villa Basilica dove tutte le associazioni del territorio danno vita a una esperienza natalizia all'insegna del divertimento e della solidarietà.

Grace Kelly Children's cancer trust

Lucart ha supportato l'Ente benefico attraverso la sponsorizzazione del Galà di Natale e una raccolta fondi organizzata nello stabilimento di Blackmore Park.



Kemp Hospice

Lo stabilimento inglese ha organizzato vari eventi per raccogliere fondi per questo importante Ente di beneficenza con sede nella foresta Wyre.



Hereford and Worcester Chamber of Commerce

Lucart ha sponsorizzato i forum sulla salute e il benessere che si tengono ogni trimestre presso la camera di Commercio di Herefordshire & Worcestershire.



LE SFIDE

AMBIENTE

SDGs





3

Ci impegnamo a realizzare un modello di business circolare per ridurre l'impatto sul pianeta, conservare e accrescere i capitali naturali, sociali ed economici. Crediamo nel valore della sostenibilità come impegno verso le generazioni presenti e future.

3.1 Valutazione degli Impatti ambientali

GRI 3-3

Lucart, al fine di perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali dei propri stabilimenti, ha implementato un accurato Sistema di Gestione Ambientale e vigila costantemente sul rispetto delle procedure definite dal Sistema stesso.

In particolar modo l’Azienda pone grande attenzione alla valutazione degli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività per individuare quelli più significativi su cui intervenire e per alimentare una comunicazione degli stessi verso l’esterno sempre più solida e accurata.

Al fine di ridurli al minimo, l’Azienda effettua periodicamente specifiche Analisi di Ciclo di Vita a livello di prodotto (Life Cycle Assessment - LCA), avvalendosi di enti terzi e rispettando metodologie standard riconosciute a livello internazionale. Le analisi considerano l’intero ciclo di vita, dall’approvvigionamento delle materie prime sino al fine vita dei prodotti, includendo le fasi di produzione e distribuzione (dalla culla alla tomba).

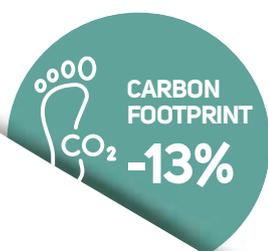


3.2

Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD®)

A partire dal 2018, Lucart conduce e aggiorna annualmente l'analisi EPD® (Dichiarazione Ambientale di Prodotto - Environmental Product Declaration), basata su studio LCA (Analisi del Ciclo di Vita - Life Cycle Assessment) di due carte igieniche di propria produzione, paragonabili per grammatura, numero di veli, numeri e lunghezza degli strappi, ma realizzate a partire una da **fibre di pura cellulosa vergine** l'una e l'altra da **fibre riciclate** l'altra. La metodologia LCA quantifica il consumo di risorse e gli impatti ambientali potenziali sull'ambiente circostante, relativamente alle varie fasi del ciclo di vita, associati al prodotto oggetto dello studio.

PERFORMANCE AMBIENTALE CARTA IGIENICA IN FIBRA RICICLATA²⁴



Una **Carbon Footprint**²⁵ inferiore del 13%, considerando le fasi approvvigionamento materia prima-produzione manifatturiera ("dalla culla al cancello"), rispetto a quelle associate alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a una **riduzione delle emissioni di CO₂** equivalenti pari a 227,6 kg per tonnellata di carta prodotta.



Una **Water Footprint**²⁶ inferiore del 57%, considerando le fasi approvvigionamento materia prima-produzione manifatturiera ("dalla culla al cancello"), rispetto a quella associata alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a un **consumo di risorse idriche inferiore** pari a 274,79 m³ per tonnellata di carta prodotta.

Per la lettura integrale della Dichiarazione si rimanda a: <https://www.environdec.com/library/epd6894>

Nel percorso di realizzazione della dichiarazione EPD® e dello studio LCA che ne costituisce la base scientifica, Lucart S.p.A. si è avvalsa del supporto tecnico e metodologico di **Ergo s.r.l.**, società spin off della **Scuola Sant'Anna di Pisa**. L'analisi è stata sottoposta a certificazione da parte di un ente terzo.

²⁴ I dati sono calcolati su 1.000 kg di carta e relativo imballaggio.

²⁵ Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Global Warming Potential (GWP)". Aggiornamento 2024

²⁶ Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Water Deprivation Potential". Aggiornamento 2024

DICHIARAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO

La **Dichiarazione Ambientale di Prodotto** (Environmental Product Declaration – EPD®) è uno schema di certificazione volontaria, sviluppato in applicazione della norma UNI EN ISO 14025:2010. Le prestazioni, riportate nella EPD®, devono basarsi sull'Analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment - LCA) in accordo con le norme della serie ISO 14040, fondamento metodologico da cui scaturisce l'oggettività delle informazioni fornite e rispetta le Regole di Categoria di Prodotto "PCR: TISSUE PRODUCTS. Product Category Classification: UN CPC 32131. PCR 2011:05, VERSION 3.0.1" sviluppate dall'International EPD® System, il Programme Operator scelto come riferimento.

L'obiettivo principale di una EPD® è quello di fornire informazioni rilevanti, verificate e confrontabili relative all'impatto ambientale di un prodotto o di un servizio.

> Carbon Footprint secondo Systematic Approach

Nel corso del 2023, l'azienda ha avviato un nuovo progetto avente come obiettivo lo sviluppo di uno strumento gestionale e tecnico-operativo, c.d. "**Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach**", finalizzato al calcolo autonomo e rapido dell'impronta di carbonio dei prodotti tissue realizzati presso gli stabilimenti del Gruppo secondo lo standard "ISO 14067:2018 - Annex C" certificato da parte terza.

Il presente progetto nasce con un duplice obiettivo: sia per supportare l'identificazione di nuove opportunità da implementare per il raggiungimento della riduzione dell'impronta ambientale di prodotto, sia per supportare una corretta e trasparente comunicazione verso tutte le parti interessate, *compliant* con le future direttive e richieste europee.

Tale nuovo percorso ha trovato un primo importante risultato nel corso del 2024 con lo sviluppo di uno strumento certificato da parte terza avente come focus i prodotti tissue realizzati presso lo stabilimento italiano di Decimo.

Nel 2025 ne è prevista l'estensione anche agli stabilimenti di Castelnuovo di Garfagnana (IT), Laval-sur-Vologne (FR) e Aranguren-Artziniega (ES).

CARBON FOOTPRINT SECONDO SYSTEMATIC APPROACH

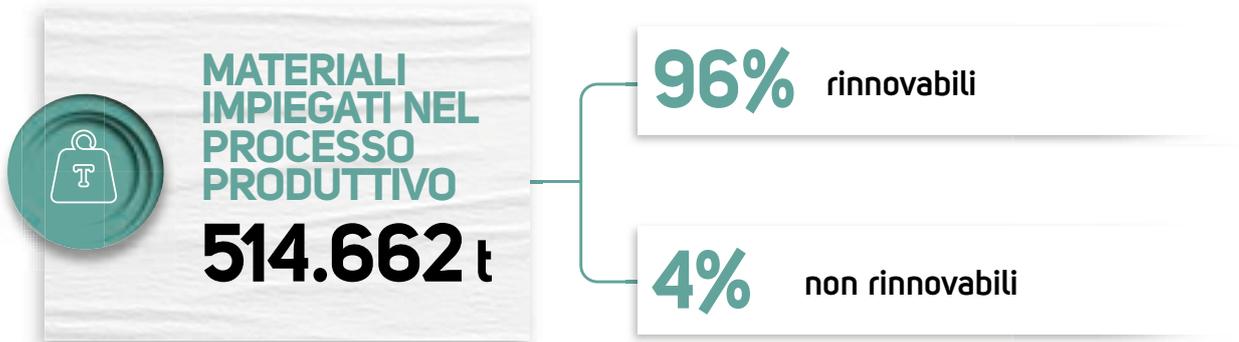
Il "**Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach**" è un elemento innovativo della norma ISO 14067:2018. Attraverso tale strumento gestionale un'azienda può quantificare in modo autonomo e rapido le impronte di carbonio dei propri prodotti (beni o servizi) senza dover svolgere uno studio specifico per ciascuno di essi. Adottare un "Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach" significa anche dotare la funzione di progettazione, ricerca e sviluppo di uno strumento in grado di quantificare in tempi rapidi e in modo dinamico gli impatti in termini di emissioni di CO₂ e delle diverse scelte progettuali che si vogliono intraprendere.



3.3 Materie Prime

GRI 301-1
301-2

Nel corso del 2024, Lucart ha acquistato complessivamente 514.662 tonnellate di materiali²⁷ da impiegare nel proprio processo produttivo, di cui il 96% di natura rinnovabile (materie prime fibrose 96% e imballaggi in carta/cartone/legno e in bio-materiali 4%) e il 4% di natura non rinnovabile (imballaggi in plastica e altri materiali di processo²⁸).



> Materie Prime Fibrose Ecosostenibili e Certificate

Lucart produce carta a partire sia da cellulosa vergine sia da carta da riciclare.

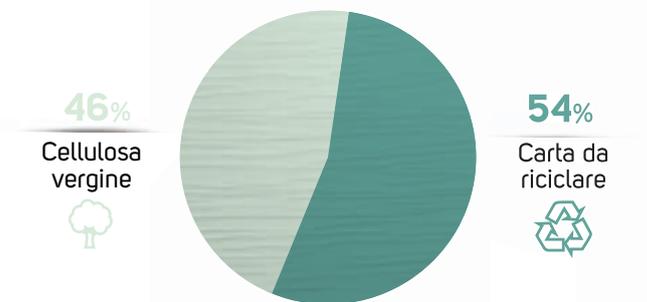
Gli stabilimenti di Porcari, Borgo a Mozzano, Laval-sur-Vologne e Aranguren, hanno impianti in grado di produrre carta utilizzando sia carta da riciclare sia cellulosa vergine. Lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana lavora principalmente cellulosa vergine e piccole percentuali di carta da riciclare di prima qualità.

Lo stabilimento di Avigliano utilizza solo cellulosa vergine per la fabbricazione di carta airlaid.

Gli stabilimenti di Torre di Mosto, Nyergesújfalu, Artziniega e Blackmore Park sono dotati esclusivamente di impianti di trasformazione.

RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME FIBROSE CONSUMATE DALL'ORGANIZZAZIONE

L'Azienda persegue la linea di sostenibilità della propria carta, e si impegna a incrementare progressivamente la percentuale di carta da riciclare utilizzata rispetto alla cellulosa vergine, compatibilmente con le richieste del mercato. I risultati raggiunti nel 2024 si sono mantenuti costanti rispetto al biennio precedente, confermando il percorso intrapreso dall'Azienda per raggiungere entro il 2030 l'obiettivo di utilizzare per il 60% carta da riciclare come materia prima in ingresso.



²⁷ I dati sono riferiti ai materiali acquistati per il settore cartario. Sono esclusi prodotti e materie prime che vengono acquistati da Lucart, ma dati in uso ai clienti. Il packaging terziario non include i pallet. Lucart si sta strutturando per rendicontare in futuro anche i materiali acquistati per il settore skin care.

²⁸ Prodotti chimici, lubrificanti, latex, ecc. (si precisa che arrivano presso gli stabilimenti già diluiti). Si assume cautelativamente che tutti i prodotti chimici siano non rinnovabili. Lucart si sta strutturando per poter tracciare internamente anche questo tipo di informazione per tale categoria di ausiliari.

BEST PRACTICE



I processi e le tecnologie implementati negli stabilimenti permettono di utilizzare un'ampia gamma di materiali riciclati fra cui le fibre di cellulosa presenti nei cartoni per alimenti (Progetto EcoNatural). Il successo delle linee EcoNatural consente di risparmiare fibre vergini dando nuova vita alle fibre presenti nei poliaccoppiati.

CELLULOSA VERGINE

Le cellulose vergini utilizzate in Azienda provengono da filiere gestite secondo criteri eco-sostenibili, ossia prodotte da aziende che adottano **sistemi di gestione forestale sostenibili** conformi a schemi di certificazione riconosciuti a livello internazionale, assicurando così la continuità dell'ecosistema forestale senza alterarne l'equilibrio.

La scelta dei fornitori, accuratamente selezionati secondo gli standard Lucart e le procedure previste dai sistemi di gestione aziendale, consente di rivolgersi a produttori che aderiscono a **standard di gestione forestale sostenibile** riconosciuti (PEFC, FSC®, SFI® ecc.) nel rispetto delle normative comunitarie EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.) e internazionali. Anche per il 2024, il 100% delle cellulose vergini approvvigionato dal Gruppo è risultato essere certificato secondo gli standard FSC® o PEFC e/o Controlled Wood.



CARTA DA RICICLARE

Il riciclo della carta consente un migliore utilizzo delle risorse disponibili e un minor impatto ambientale complessivo.

La carta da riciclare viene sottoposta a **procedimenti di preparazione impasti e disinchiostrazione all'avanguardia che non prevedono l'utilizzo di sostanze inquinanti**, ma utilizzano principalmente processi di separazione meccanica e termica consentendo di produrre carte di elevato standard qualitativo. La carta da riciclare utilizzata negli stabilimenti Lucart risponde ai requisiti previsti dagli standard riconosciuti dai sistemi di certificazione PEFC e FSC®, e alle norme UNI-EN 643. Nel 2024, il 70% della carta da riciclare approvvigionato dal Gruppo è risultato essere certificato secondo gli standard FSC® o PEFC.



AREE DI PROVENIENZA DELLA CELLULOSA VERGINE E CARTA DA RICICLARE

I principali produttori di cellulosa vergine sono situati in America del Sud e in Europa.

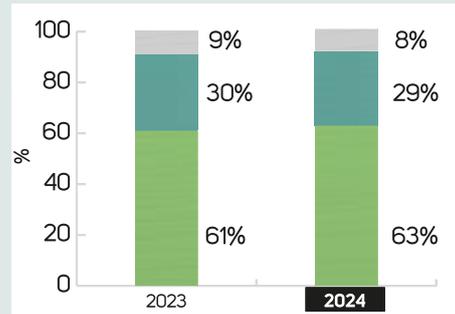
Relativamente alla carta da riciclare, l'approvvigionamento avviene prioritariamente su scala locale. Nel 2024²⁹, il 92% della carta da riciclare approvvigionata da Lucart proveniva dall'Europa. Si evidenzia che più del 60% risultava proveniente da Italia, Francia e Spagna, le nazioni dove sono presenti le sedi operative dimensionalmente più significative del Gruppo.

AREA DI PROVENIENZA DELLA CARTA DA RICICLARE

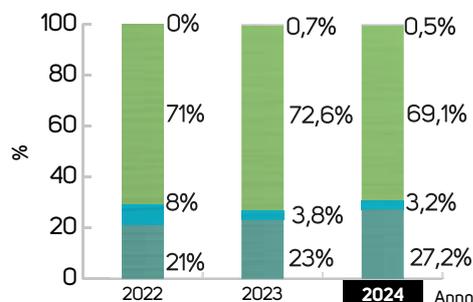


92% Europa

- Resto del mondo
- Resto d'Europa
- Spagna, Francia, Italia



AREA DI PROVENIENZA DELLA CELLULOSA VERGINE



²⁹ A partire dall'anno 2023, le voci per descrivere le aree di provenienza della carta da riciclare sono state riviste per fornirne una più adeguata rappresentazione. Per questo motivo non si fornisce uno storico sugli ultimi tre anni.

3.4 Imballaggi

LINEE GUIDA IMBALLAGGI SOSTENIBILI

Lucart ha adottato un piano di sviluppo con orizzonte 2020-2030 finalizzato alla realizzazione di una visione circolare nella quale gli imballaggi impiegati nel settore cartario non diventano mai un rifiuto, attraverso l'implementazione dei seguenti 5 punti chiave:



- 1 tutti gli imballaggi problematici e/o superflui devono essere eliminati mediante riprogettazione e innovazione;
- 2 tutti gli imballaggi devono essere riutilizzabili o riciclabili o compostabili al 100%;
- 3 tutti gli imballaggi devono essere realmente riutilizzati o riciclati o compostati;
- 4 ove possibile deve essere preferito l'uso di risorse rinnovabili e deve conseguentemente essere ridotto se non eliminato l'uso di risorse non rinnovabili;
- 5 tutti gli imballaggi, indipendentemente dal materiale di cui sono composti, devono rispettare le normative vigenti e devono rispettare la salute, la sicurezza e i diritti di tutte le persone coinvolte.

UN IMBALLAGGIO È DA CONSIDERARSI COME PROBLEMatico O SUPERFLUO SE:

- 1 non è riutilizzabile o riciclabile o compostabile;
- 2 può essere eliminato (o sostituito da un modello di riutilizzo) mantenendo l'utilità;
- 3 ostacola o interrompe la riciclabilità o la compostabilità di altri oggetti;
- 4 ha un'alta probabilità di essere disperso o smaltito nell'ambiente naturale.

Lucart ha preso in considerazione prioritariamente gli imballaggi utilizzati negli stabilimenti del Gruppo siti in Italia, Francia e Spagna e dal 2022 anche quelli utilizzati negli stabilimenti in Inghilterra e Ungheria. Sono stati analizzati tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari utilizzati sia per la produzione di carta, sia per la trasformazione di questa in prodotti finiti e la relativa spedizione. Gli imballaggi sono stati poi divisi in categorie a seconda dei materiali che li compongono con particolare attenzione a:



RINNOVABILITÀ



RICICLABILITÀ



PRESENZA DI
MATERIALE RICICLATO



RIUTILIZZABILITÀ



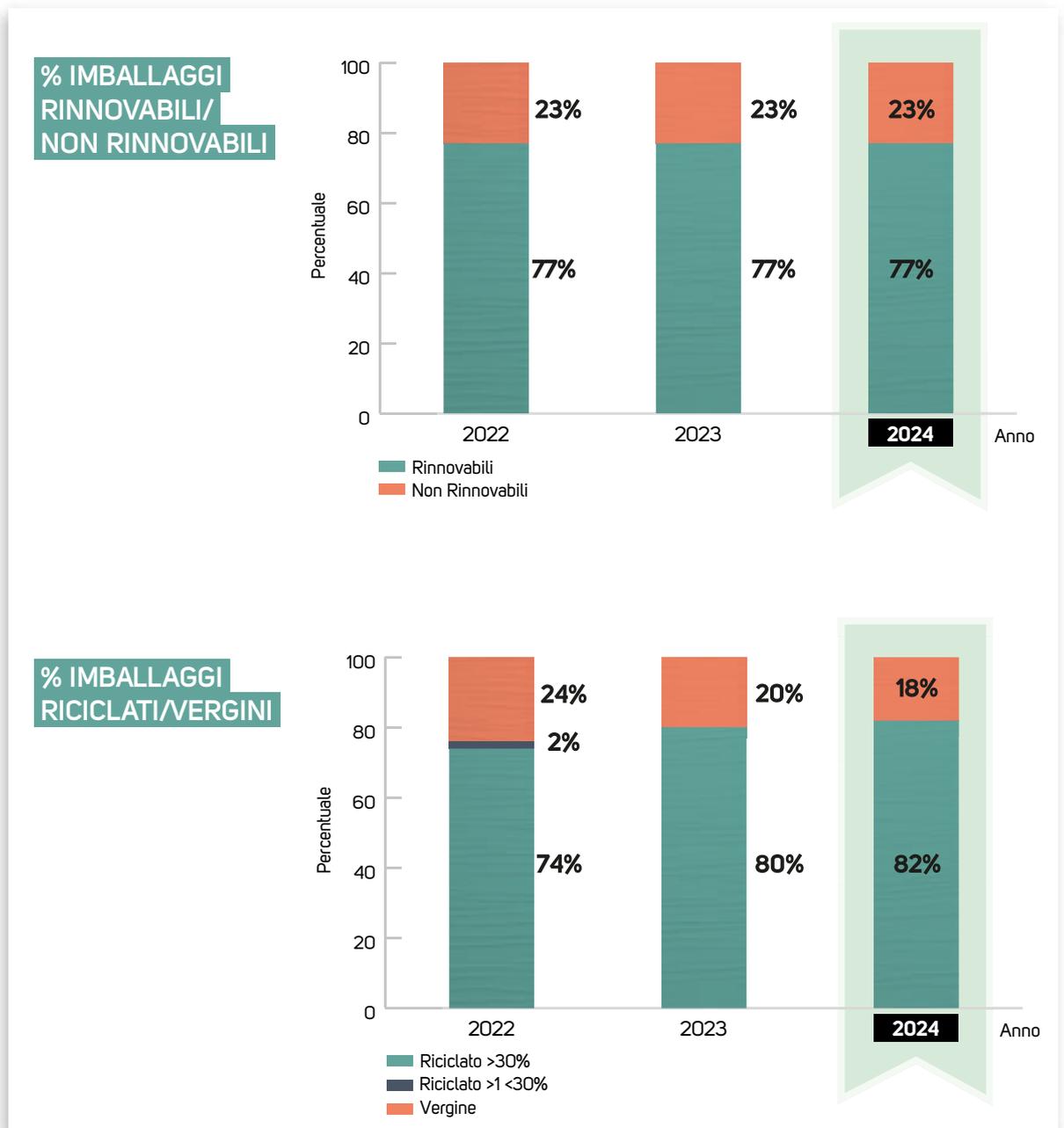
COMPOSTABILITÀ

I risultati dell'analisi e le azioni intraprese negli ultimi anni di sostituzione di alcuni imballaggi in polietilene con imballaggi in carta, di riduzione degli spessori degli imballaggi a parità di prestazioni e l'introduzione di imballaggi in tutto o in parte composti da materie prime riciclate, sono ben rappresentati dai seguenti numeri³⁰, coerenti con le linee guida adottate. In particolare, si segnala l'ulteriore incremento raggiunto nel 2024 nell'impiego di imballaggi aventi un contenuto di materie prime riciclate superiore al 30% (incremento del 3% rispetto al 2023) e la conseguente riduzione nell'utilizzo di imballaggi vergini (-13% rispetto al 2023).



**OBIETTIVO
NUOVAMENTE
CONFERMATO**

Il 100% degli imballaggi utilizzati nel Gruppo Lucart nel settore cartario anche per il 2024 è risultato essere riutilizzabile o riciclabile o compostabile.



³⁰Le analisi sono riferite all'acquisto di tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari impiegati nel settore cartario da parte degli stabilimenti di Lucart in Italia, Spagna, Francia, Regno Unito e Ungheria e non includono i pallet per il trasporto e la spedizione delle merci.

3.5 Risorse Idriche

GRI 303-1
303-2
303-3
303-4

SDGs 

L'Azienda, in tema di risorse idriche, è da sempre impegnata a:



Cercare soluzioni per un sempre maggior recupero delle acque di processo



Monitorare la qualità degli scarichi idrici



Monitorare i consumi nelle varie fasi del processo produttivo

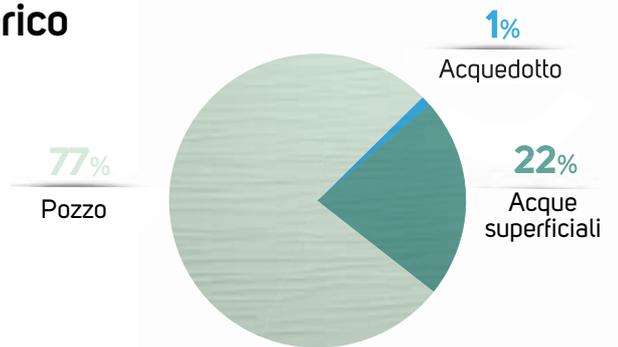


Ottimizzare il consumo idrico in tutte le fasi del processo produttivo

> Fonti di approvvigionamento idrico

La produzione della carta richiede generalmente l'utilizzo di una grande quantità di acqua.

Le principali fonti di approvvigionamento idrico per usi industriali sono costituite dai pozzi presenti all'interno degli stabilimenti o dalle acque superficiali, dietro specifica autorizzazione delle Autorità competenti.



> Analisi stress idrico

Lucart, utilizzando lo strumento messo a disposizione dall'Aqueduct Water Risk Atlas³¹, ha condotto un'analisi dello stress idrico delle aree nelle quali sono presenti i propri stabilimenti produttivi. Per stress idrico si intende la capacità di soddisfare la domanda di acqua sia per le persone sia per l'ambiente e può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua.

RIPARTIZIONE PER CLASSIFICAZIONE DEL LIVELLO DI STRESS DELL'AREA DI APPROVVIGIONAMENTO 2024

Stabilimento	Rischio
Porcari	Estremamente Alto
Borgo a Mozzano	Medio-Alto
Castelnuovo di Garfagnana	Medio-Alto
Avigliano	Estremamente Alto
Torre di Mosto	Medio-Alto
Altopascio	Estremamente Alto
Laval-sur-Vologne	Medio-Alto
Saint-Dié-des-Vosges	Medio-Alto
Aranguren	Medio-Alto
Artziniega	Medio-Alto
Niergesújfalu	Basso
Blackmore Park	Medio-Basso

Stabilimento	Rischio
Porcari	Estremamente Alto
Borgo a Mozzano	Medio-Alto
Castelnuovo di Garfagnana	Medio-Alto
Avigliano	Estremamente Alto
Torre di Mosto	Medio-Alto
Altopascio	Estremamente Alto
Laval-sur-Vologne	Medio-Alto
Saint-Dié-des-Vosges	Medio-Alto
Aranguren	Medio-Alto
Artziniega	Medio-Alto
Niergesújfalu	Basso
Blackmore Park	Medio-Basso

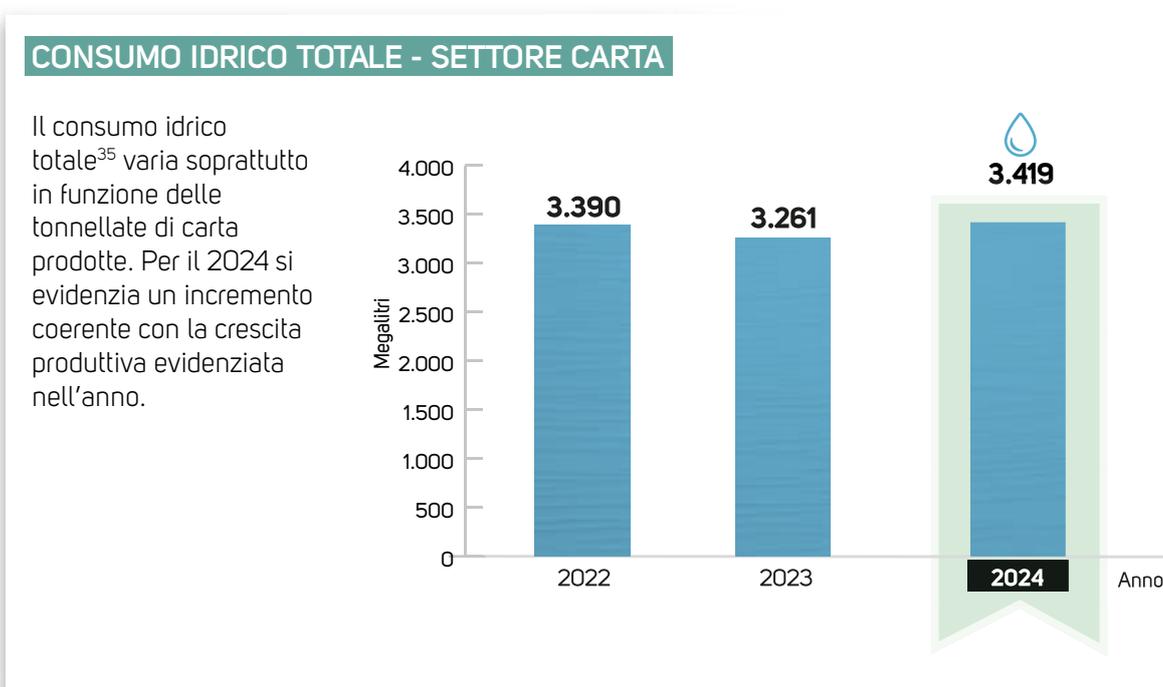
³¹ <https://www.wri.org/aqueduct>

Per ciascun livello di stress idrico si riporta nella tabella seguente il dettaglio delle diverse fonti di approvvigionamento utilizzate dall'Azienda insieme all'indicazione della categoria di acqua prelevata.

Livello stress idrico	Totale 2024	Superficiale	Pozzi (falda)	Acquedotto	Categoria acqua (dolce³² /altre tipologie di acqua³³)
BASSO (0-1)	0,69	0	0	0,69	100% acqua dolce
MEDIO-BASSO (1-2)	0,26	0	0	0,26	100% acqua dolce
MEDIO-ALTO (2-3)	2.689,78	567,57	2.112,10	10,11	100% acqua dolce
ALTO (3-4)	0,00	0	0	0	100% acqua dolce
ESTREMAMENTE ALTO (4-5)	734,76	170,98	522,23	41,55	100% acqua dolce
TOTALE MEGALITRI PRELEVATI	3.425,49	738,55	2.634,33	52,61	

> Ottimizzazione del consumo idrico³⁴

La volontà di tutelare la risorsa idrica, coniugata con le necessità produttive del processo di fabbricazione della carta, ha spinto l'Azienda a investire nei processi di ottimizzazione dei consumi, favorendo il recupero di acque di processo per il loro riutilizzo ai fini industriali.



³² Acqua dolce che presenta un livello di solidi disciolti totali inferiore ai 1.000 mg/l.

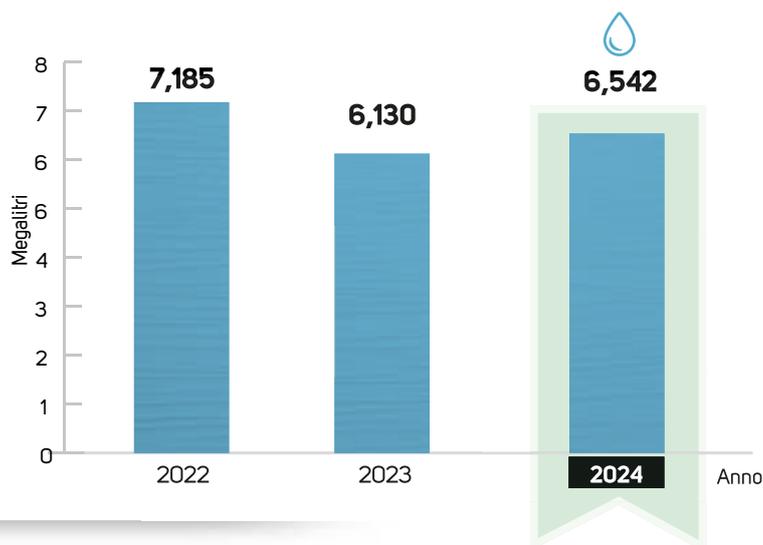
³³ Altre tipologie di acqua che presentano un livello di solidi disciolti totali superiore ai 1.000 mg/l.

³⁴ I consumi idrici trattati nel seguente paragrafo fanno riferimento: (1) per gli stabilimenti aventi la cartiera al proprio interno (Castelnuovo di Garfagnana, Borgo a Mozzano, Porcari, Aranguren, Laval-sur-Vologne) ai soli consumi per uso industriale. Per questi non è stato possibile raccogliere un dato attendibile sui prelievi a uso civile, che pertanto sono stati esclusi dal presente conteggio. Secondo le informazioni a disposizione, tale quota ammonta a meno dell'1% del totale prelevato. (2) per gli stabilimenti di Torre di Mosto, Avigliano, Artziniega, Blackmore Park e Niergesújfalú e i centri logistici di Altopascio e Saint-Dié-des-Vosges ai consumi idrici totali (usi civili e industriali).

³⁵ Si fa riferimento al consumo idrico totale per la produzione di carta.

CONSUMI IDRICI - SETTORE SKIN CARE

Seppur minimale rispetto al consumo idrico totale per la produzione della carta, l'Azienda, specificatamente al settore Skin Care, nel 2024 evidenzia una crescita rispetto all'anno precedente che riflette l'andamento delle produzioni. Grazie agli interventi effettuati per ottimizzare i consumi idrici, i consumi idrici specifici del settore Skin Care sono diminuiti dell'1% rispetto all'annualità 2023.



RICICLO DELLE ACQUE

Il riutilizzo delle acque genera un minor impatto ambientale, in particolare:

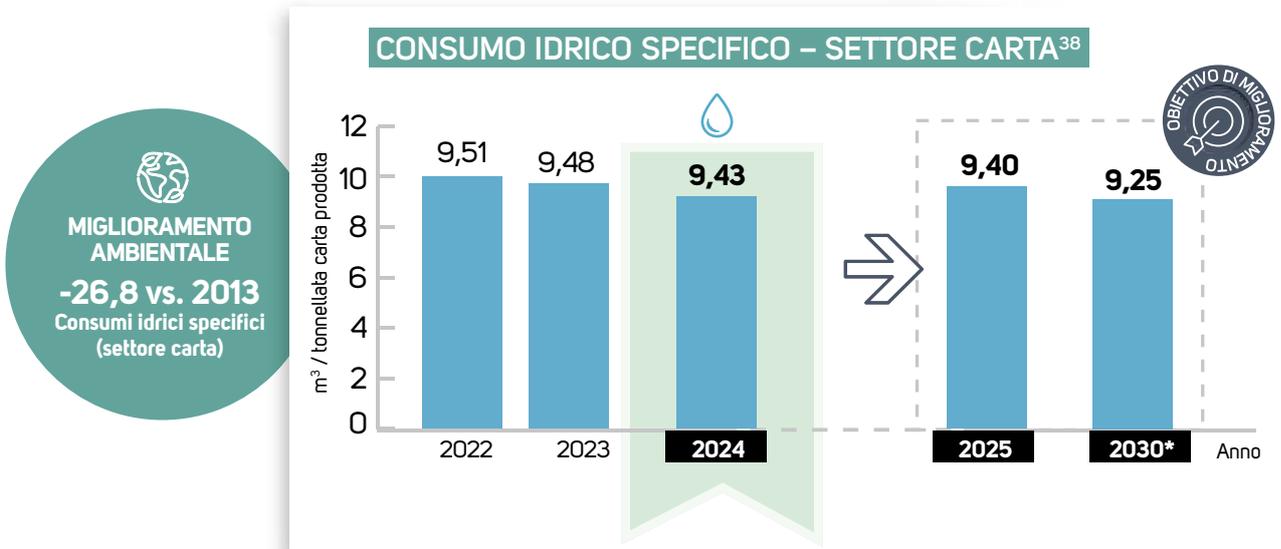
- > riduzione del prelievo di risorse idriche dalla falda;
- > riduzione del prelievo di risorse idriche superficiali;
- > costanza e affidabilità della risorsa grazie ad acque trattate prodotte in modo continuativo;
- > riduzione degli sprechi di risorse naturali.



Lucart ha attivato un focus particolare di intervento sulla riduzione del consumo specifico di acqua ai fini produttivi con l'obiettivo di arrivare a un consumo di 9,4 m³ di acqua per tonnellata di carta prodotta entro il 2025 e di 9,25 m³ di acqua per tonnellata di carta prodotta entro il 2030³⁶.

Rispetto al 2023, i consumi idrici specifici si sono ulteriormente ridotti segnando una riduzione pari allo 0,5%, attestandosi a 9,43 m³/t carta, grazie a una politica di riciclo e di uso razionale della risorsa in tutti i siti produttivi. Grazie a questo risultato, Lucart dimostra di avvicinarsi all'obiettivo di miglioramento prefissato per il 2025.

Il consumo idrico specifico si attesta su valori molto al di sotto dei valori medi di settore³⁷.



BEST PRACTICE



Nel corso del 2024, negli stabilimenti di Borgo a Mozzano, Porcari, Castelnuovo di Garfagnana e Laval-sur-Vologne sono state implementate azioni volte al recupero di una parte delle acque trattate dello scarico finale per re-immissione nel processo produttivo in sostituzione di reintegro con acqua fresca. Le suddette azioni hanno permesso rispettivamente:

- 3%
consumi idrici specifici vs. 2023 per **Borgo a Mozzano**

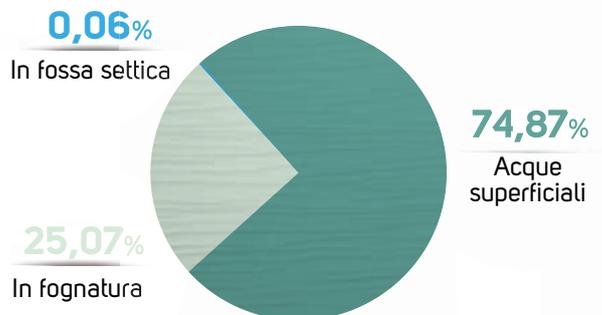
- 3%
consumi idrici specifici vs. 2023 per **Porcari**

- 8%
consumi idrici specifici vs. 2023 per **Castelnuovo di Garfagnana**

recupero di 5 m³/ton prodotta per **Laval-sur-Vologne**

> Scarichi idrici³⁹

La maggior parte degli stabilimenti di Lucart è dotata di propri impianti di trattamento delle acque reflue che garantiscono la qualità delle acque immesse nei recettori nel rispetto dei limiti autorizzativi. I principali scarichi idrici avvengono prevalentemente in acque superficiali o in fognatura e in quota minima in fosse settiche.



³⁶ L'obiettivo di miglioramento al 2030 è stato ricalibrato sulla base dell'attualizzazione dei trend di vendita di prodotti finiti e della qualità delle materie prime, mantenendo un target di riduzione molto ambizioso che si colloca ben oltre le medie di settore, in linea con le migliori tecnologie disponibili e che rappresenta una riduzione del 28% rispetto all'inizio del programma di miglioramento avvenuta nel 2013.

³⁷ Secondo il Rapporto Ambientale Assocarta 2020, la media di settore è di circa 26 m³ per tonnellata di carta prodotta.

³⁸ I consumi idrici specifici sono dati dal rapporto fra i m³ di acqua prelevati a livello di cartiera e le tonnellate di carta prodotte da quest'ultima. Non vengono considerate le tonnellate di carta trasformate in cartotecnica in quanto non rilevanti e i consumi idrici a questa relativi.

³⁹ Gli scarichi idrici complessivamente per l'anno 2024 sono stati pari a 2.442 ML (di cui 1.829 ML in acque superficiali, 612 ML in fognatura e 2 ML in fossa settica).

3.6 Risorse Energetiche

GRI 302-1
302-3
302-4

> Consumo di energia totale (diretta e indiretta)

COMBUSTIONE STAZIONARIA E AUTOPRODUZIONE DI EE DA FONTI RINNOVABILI⁴⁰

		2022	2023	2024
EE acquistata	GJ	622.774,49	590.361,45	622.173,03
EE acquistata di origine rinnovabile	GJ	178.189,80	185.018,85	228.986,03
Gasolio	GJ	110,01	185,83	202,51
Olio combustibile⁴¹	GJ	4.208,23	3.180,67	3.547,06
Gas naturale	GJ	4.010.529,76	3.794.092,00	3.887.292,88
EE prodotta da fonti rinnovabili	GJ	4.706,64	13.794,32	19.292,65
EE prodotta da cogenerazione	GJ	919.513,95	860.191,94	883.481,72
EE ceduta	GJ	-45.161,92	-31.485,81	-27.793,41
Totale		4.597.167,21	4.370.128,46	4.504.714,72

SDGs 

COMBUSTIONE MOBILE

		2022	2023	2024
Gasolio – mobilità interna	GJ	13.984,52	14.141,84	14.007,20
LNG – mobilità interna	GJ	1.744,85	1.191,20	1.723,02
Gasolio – veicoli aziendali	GJ	7.984,94	8.200,43	8.778,82
Benzina – veicoli aziendali	GJ	270,91	453,65	799,53
Totale		23.889,51	23.987,12	25.308,57

Il bilancio energetico del Gruppo - per fini di processo - è costituito dall'energia elettrica acquistata dalla rete, dal gasolio e dall'olio combustibile consumati per scopi industriali, dal metano acquistato dalla rete, dall'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e dall'energia elettrica venduta alla rete. L'energia elettrica acquistata è relativa soprattutto agli stabilimenti che non dispongono di un impianto di cogenerazione interno alimentato a gas metano.

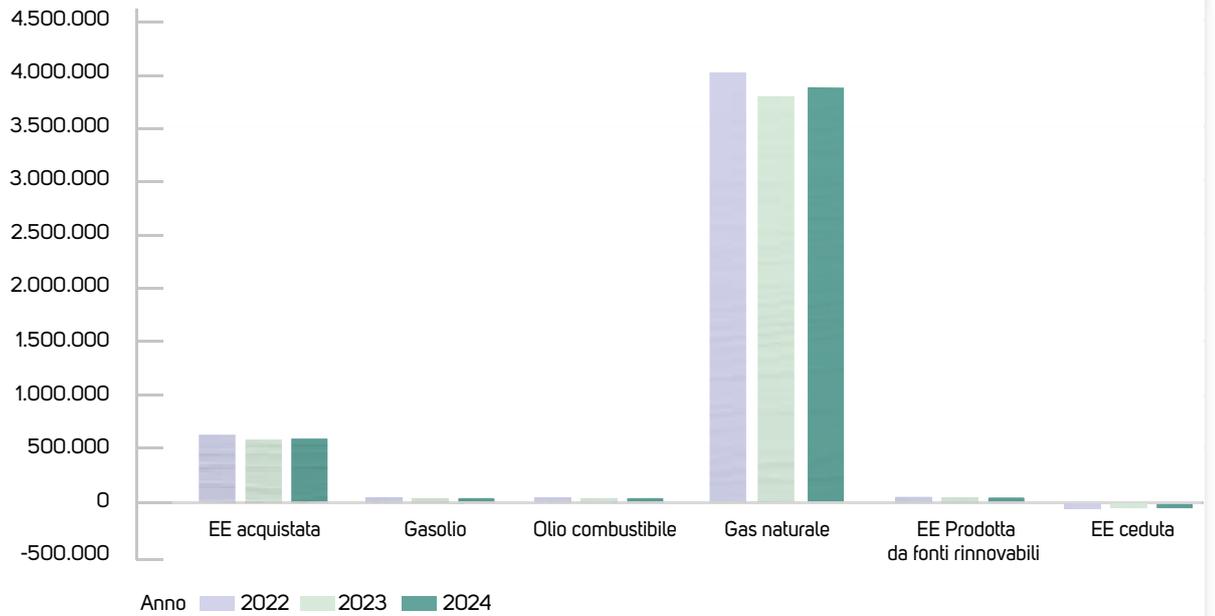
I consumi energetici relativi alla mobilità interna (ad esempio quelli per i carrelli elevatori) e al parco auto aziendale, sono rappresentati prioritariamente dal consumo di gasolio, benzina e LNG.

Nel 2024, i consumi energetici totali – per fini di processo - hanno evidenziato un aumento coerente con l'andamento delle produzioni. I consumi specifici si sono ridotti rispetto al 2023 di circa il 2,12%. Questo è indice del percorso virtuoso intrapreso da tempo dall'azienda per rafforzare il proprio efficientamento energetico.

⁴⁰ L'energia elettrica da cogenerazione non è conteggiata nel totale, perché già compresa nella voce "Gas Naturale". L'energia elettrica rinnovabile acquistata è un di cui dell'energia elettrica acquistata totale.

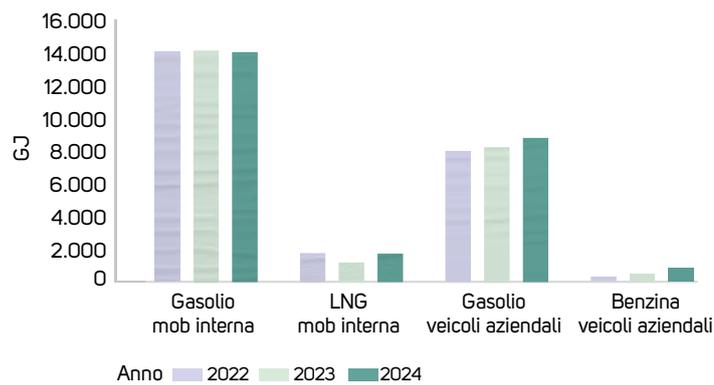
⁴¹ Consumo di olio combustibile è da riferirsi al solo stabilimento di Artziniega per il riscaldamento degli spazi.

CONSUMO DI ENERGIA (DIRETTA E INDIRETTA) (GJ)*



* Consumo di energia a livello di processi industriali: diretta (combustione stazionaria e autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili) e indiretta (acquisto di energia elettrica).

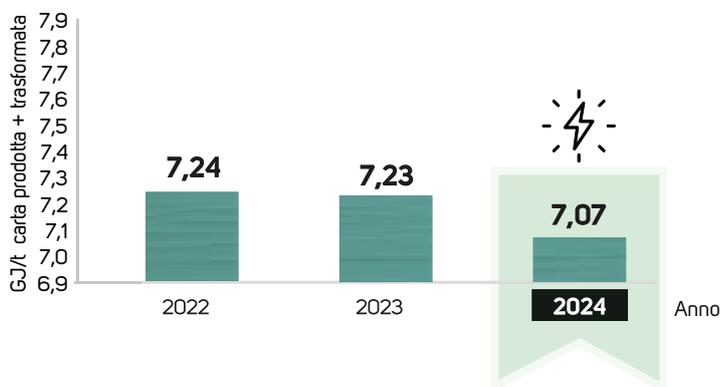
COMBUSTIONE MOBILE (GJ)



MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

- 2,12% intensità energetica vs. 2023
- 21% intensità energetica vs. 2014
- +24% di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili vs. 2023
- +40% di energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili vs. 2023

CONSUMO DI ENERGIA SPECIFICO (INTENSITÀ)⁴²



⁴² Il consumo di energia specifico è dato dal rapporto fra il consumo di energia totale – per fini di processo – e le tonnellate di carta prodotte e trasformate negli stabilimenti del Gruppo.

> L'efficienza energetica nei processi produttivi

L'importante consumo energetico, tipico del settore cartario, deriva essenzialmente dal fabbisogno necessario al funzionamento delle macchine da carta.

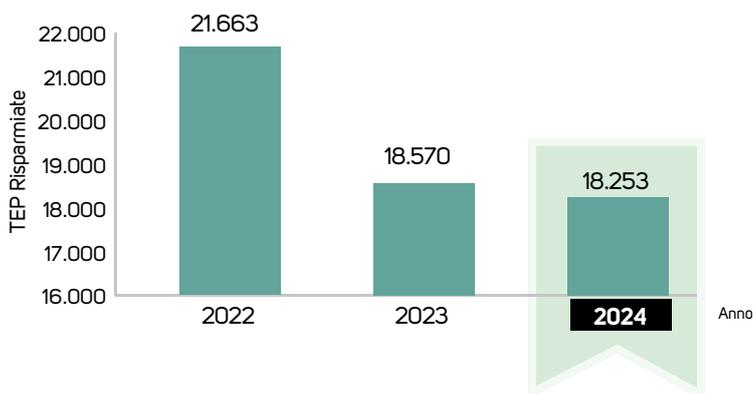
Uno degli obiettivi di Lucart consiste nel migliorare costantemente l'efficienza energetica dei propri processi produttivi.

TEP RISPARMIATE DI FONTE PRIMARIA CON COGENERAZIONE ALTO RENDIMENTO

Lucart è stato uno dei primi gruppi cartari europei a puntare sulla tecnica dell'autoproduzione di energia elettrica e termica attraverso centrali di cogenerazione ad alto rendimento alimentate a gas metano, che oggi contano di una Potenza Elettrica installata complessiva di 32,5 MWe corrispondente a una Potenza Termica complessiva di 92 MWt.

Nel ciclo di produzione l'energia termica è indispensabile per le fasi di asciugatura della carta per cui la contemporaneità di utilizzo di energia elettrica e termica fa sì che il funzionamento in condizioni ottimali degli impianti consenta di raggiungere elevati rendimenti complessivi (mediamente attorno all'85%) che esprimono notevoli benefici in termini di risparmio di fonte primaria qui di seguito rappresentati ed espressi in Tonnellate Equivalenti di Petrolio risparmiate.

TEP RISPARMIATE DI FONTE PRIMARIA CON COGENERAZIONE ALTO RENDIMENTO



Si nota come l'andamento in figura è sovrapponibile all'andamento della produzione di Gruppo essendo il regime di funzionamento della cogenerazione strettamente correlato

DATA CENTER SOSTENIBILI

Dal 2021, Lucart ha trasferito i suoi data center interni, situati presso gli stabilimenti di Borgo a Mozzano e Porcari, presso il data center TIM di Acilia (Roma), certificato ISO 27001 per il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni.

Il trasferimento, oltre a migliorare performance e livelli di sicurezza, ha portato un risparmio in termini energetici e di emissioni di CO₂. Il data center di Acilia, infatti, è alimentato esclusivamente da fonti rinnovabili. Rispetto all'utilizzo dei data center interni, la capacità computazionale è raddoppiata ma i consumi energetici sono diminuiti del 50%. Oggi circa l'80% della capacità computazionale del Gruppo è alimentata da energie rinnovabili.

- 44 tCO₂e/anno
emissioni evitate grazie all'adozione del nuovo data center

L'Azienda sostiene il proprio impegno ambientale anche attraverso il ricorso sempre più importante a fonti rinnovabili di energia.

Nello specifico si segnalano i due impianti fotovoltaici installati, uno nello stabilimento di Avigliano (attivo dal 2013) e un secondo di recente attivazione nello stabilimento di Borgo a Mozzano (attivo dal dicembre 2022) che hanno permesso di evitare per il 2024 l'emissione in atmosfera di 2.679 tCO₂e⁴³. Gli impianti fotovoltaici presso gli stabilimenti di Avigliano e di Borgo a Mozzano, nel corso del 2023, sono stati ulteriormente ampliati, a rafforzamento del percorso intrapreso da Lucart a ridurre il proprio impatto ambientale. L'impianto di Diecimo è ufficialmente allacciato dal maggio 2024, mentre l'impianto di Avigliano è in attesa di allacciamento ufficiale⁴⁴.

Dal 2021, Lucart ha avviato un percorso volto nel tempo all'acquisto di energia elettrica verde (Garanzie di Origine). Nel corso del 2024, questo impegno è stato ulteriormente rafforzato ampliando l'acquisto di energia elettrica certificata da fonti rinnovabili. Relativamente al 2024, pertanto, si segnala che circa il 37% dell'energia elettrica complessivamente acquistata dall'Azienda è stata di origine rinnovabile⁴⁵.



⁴³ Fonte dato "AIB European Residual Mix 2023 IT" per lo stabilimento di Avigliano; per Borgo a Mozzano il calcolo delle tCO₂e è stato effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di EE. (metodologia di calcolo emissioni evitate da autoproduzione di EE da fonti rinnovabili: Location Based).

⁴⁴ La potenza finale dell'impianto fotovoltaico di Avigliano è pari a 981,96 kWp + 1.971,81 kWp = 2.953,77 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva – una volta a regime – pari a circa 3.192,07 MWh. La potenza finale dell'impianto fotovoltaico di Borgo a Mozzano è pari a 2.421,21 kWp + 1.551,54 kWp = 3.972,75 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva pari a circa 4.314,32 MWh.

⁴⁵ 14.159 MWh acquistati con PPA stipulata con Plenitude e 15.000 MWh acquistati con garanzie di origine da parte di Lucart S.p.A; 27.407 MWh acquistati con Garanzie di Origine da parte di Lucart SAS; 1.548 MWh acquistati con garanzie di origine da Lucart Hygiene Ltd.; 5.512 MWh acquistati con Garanzie di Origine da parte di Lucart Tissue & Soap.

3.7 Emissioni in Atmosfera

GRI 305-1
305-2
305-4
305-5

SDGs 

Le emissioni in atmosfera in un impianto di produzione della carta rappresentano una necessità ai fini della continuità del processo, ma un utilizzo efficiente dell'energia, un impiego razionale delle materie prime e la presenza di impianti di abbattimento degli inquinanti tecnologicamente avanzati e rispondenti alle Migliori Tecnologie Disponibili (BAT), consentono di ottenere importanti risultati dal punto di vista della riduzione degli impatti ambientali.

Le principali fonti di emissione in atmosfera sono rappresentate dalle centrali di cogenerazione, dagli impianti di asciugatura della carta, dagli impianti di essiccazione dei fanghi e dai punti di aspirazione nelle aree di produzione a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori.

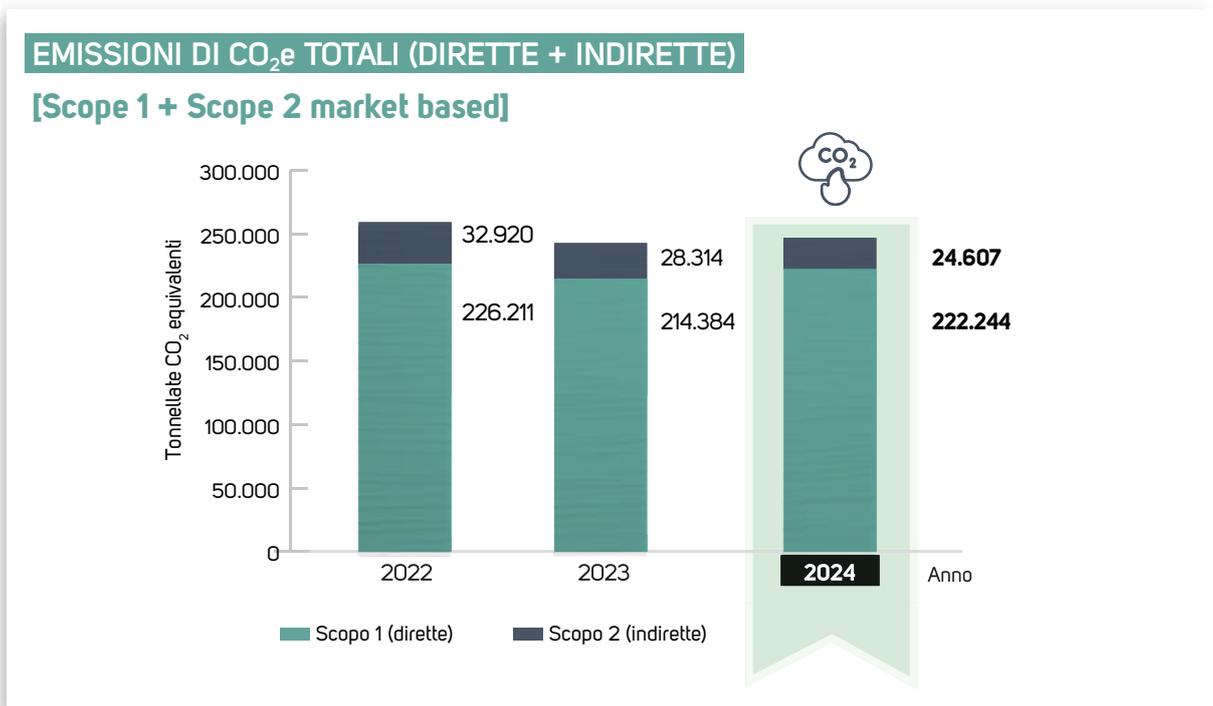
Tutti gli impianti di emissione in atmosfera sono gestiti in conformità alle Autorizzazioni Integrate Ambientali (AIA) rilasciate dalle Autorità Competenti e, laddove previsto, monitorati costantemente attraverso idonei Sistemi per il Monitoraggio in Continuo delle Emissioni (SMCE).

Gli impianti di combustione utilizzano gas metano, che rappresenta il combustibile fossile a minor impatto ambientale sia in termini di efficienza energetica sia perché evita il rilascio di composti secondari inquinanti quali SO₂ e H₂S.



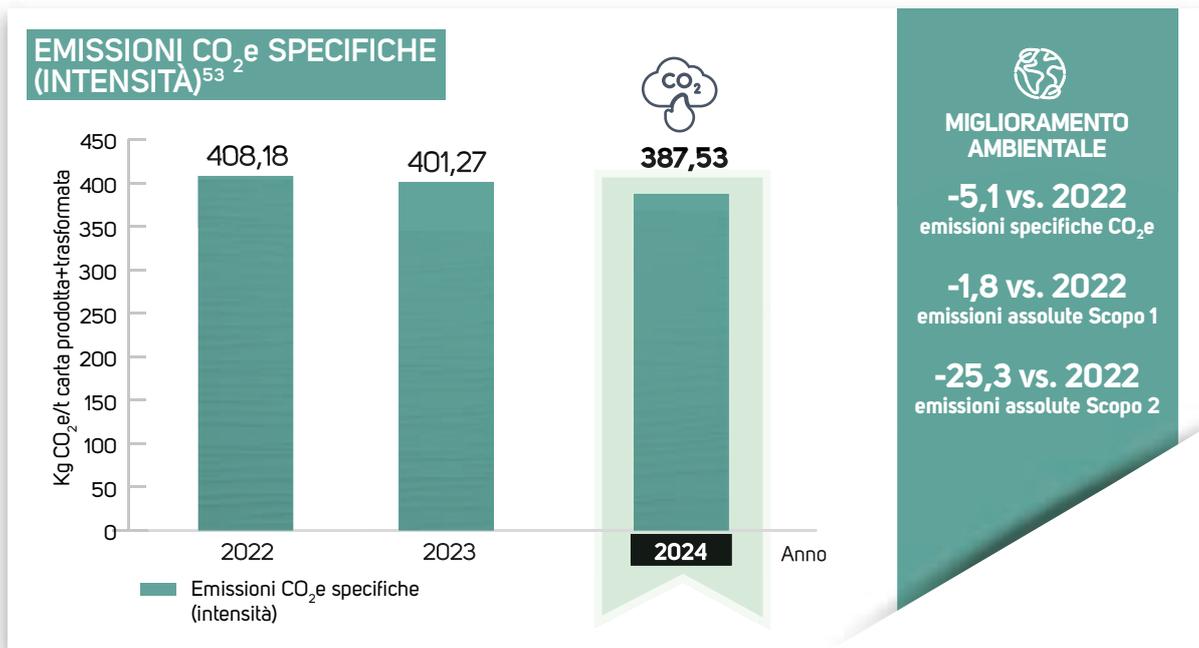
> Emissioni di CO₂e

Nel grafico seguente sono rappresentate le emissioni dirette e indirette di CO₂e prodotte da Lucart nell'anno 2024.



Secondo le regole contabili fornite da GHG Protocol⁴⁶, le emissioni dirette GHG (Scopo1) sono tutte le emissioni di CO₂e provenienti da asset di proprietà dell'azienda o che l'azienda controlla operativamente. Nel calcolo specifico al contesto di Lucart sono state considerate le emissioni dirette originate dalla combustione di combustibili (principalmente gas naturale e minima parte gasolio/olio combustibile) per usi industriali e dalla combustione per mobilità sia interna sia relativa al parco auto aziendale. Le emissioni indirette GHG (Scopo 2) sono le emissioni di CO₂e derivanti dall'acquisto di energia elettrica da rete nazionale⁴⁷.

Le emissioni dirette derivate dalla combustione presso gli stabilimenti produttivi (Scopo 1) sono state computate in accordo con il sistema europeo di scambio di quote di emissione (European Union Emissions Trading Scheme – EU ETS) che regola le emissioni di CO₂ in Europa per i settori industriali caratterizzati da maggiori emissioni^{48 49}. Le emissioni di Scopo 1 degli stabilimenti non soggetti a ETS sono state stimate utilizzando coefficienti di conversione opportuni per le diverse tipologie di combustibile consumate⁵⁰. Le emissioni di Scopo 1 legate alla mobilità sotto controllo diretto di Lucart sono state anch'esse calcolate usando fattori di conversione specifici⁵¹. Mentre per il calcolo delle emissioni indirette di Scopo 2 è stata adottata la metodologia *Market based*⁵².



COMMITMENT ALLA SBTi

A inizio 2024, Lucart ha espresso il proprio commitment verso la Science Based Target Initiative (SBTi) con l'obiettivo di sviluppare entro fine 2025 una strategia di riduzione delle proprie emissioni di gas serra basata sulle più recenti evidenze scientifiche e validata da un organismo terzo.

⁴⁶ WBCSD and WRI, "The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard revised edition" (2004).

⁴⁷ Il calcolo delle emissioni per l'acquisto di energia elettrica (Scopo 2) dalle reti di distribuzione può essere effettuato con due diversi approcci. Location-based: questa metodologia di calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di emissioni medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. Market-based: questo approccio prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici strumenti contrattuali, è utilizzato il fattore di emissione relativo al mix residuo del fornitore di energia elettrica, dopo la rimozione della componente collegata a sistemi di tracciabilità dell'energia, quali Garanzie di Origine (GO) o altri sistemi di certificazione dell'energia rinnovabile (RECS). I fattori di emissione medi nazionali usati dall'approccio location-based sono di norma più bassi di quelli corrispondenti, calcolati sulla base dei mix residui richiesti dalla metodologia market-based.

⁴⁸ Direttiva EU EUTS 2003/87/CE e smi.

⁴⁹ Per gli stabilimenti soggetti a ETS, le tonnellate di CO₂e corrispondono a quelle dichiarate all'ente nazionale (per l'Italia è il MISE) e convalidate da ente certificatore terzo. Sono state corrette mediante opportuno fattore correttivo per includere tutti i GHG e non solo CO₂.

⁵⁰ DEFRA, 2024 (Diesel-average biofuel blend; fuel oil e Natural Gas).

⁵¹ DEFRA, 2024 (Diesel-average biofuel blend e LNG).

⁵² Le emissioni di Scopo 2 Market Based 2024 sono state calcolate con i coefficienti dei mix residui (AIB European Residual Mix 2023). Le emissioni di Scopo 2 calcolate con metodologia Location Based 2024 ammontano, per lo stesso perimetro, a 21.998,55 tCO₂e. Per tale calcolo sono stati usati i fattori di emissione relativi ai mix nazionali (per coerenza è stata usata la fonte seguente: AIB European Residual Mix 2023). Sono stati allineati i valori del 2023 coerentemente all'aggiornamento dei fattori di conversione AIB.

⁵³ Il numeratore è dato dalla somma delle emissioni Scopo 1 e Scopo 2 market based. Il denominatore è la somma della carta prodotta e trasformata negli stabilimenti del Gruppo. Non inserite a denominatore le produzioni del settore skin care.

3.8 Logistica

> Mobilità sostenibile

Anche nel 2024 è proseguito il progetto “**Mobilità Sostenibile: trasferimento trasporto materie prime da gomma a rotaia**”, presentato nel 2015, il cui obiettivo è quello di utilizzare la rete ferroviaria per ridurre significativamente il trasporto su strada di materia prima e prodotto finito. Il progetto interessa lo stabilimento di Borgo a Mozzano, che dispone di uno scalo ferroviario interno già utilizzato da anni, e lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana.

Lucart ha stipulato un accordo nell’aprile del 2019 con il Comune di Castelnuovo di Garfagnana, con la Regione Toscana e con RFI per il ripristino dello scalo ferroviario. I lavori sono attualmente in corso.

Il numero di tonnellate di prodotto finito (incluso il semilavorato) trasportate nell’anno appena trascorso ha risentito del peggioramento nella qualità del servizio offerto che ha spinto l’Azienda a ricorrere maggiormente al trasporto tradizionale per poter garantire le forniture nei tempi concordati con i clienti. L’utilizzo del treno ha comunque permesso di evitare l’emissione di **420 tCO₂e** in atmosfera nel corso del 2024.

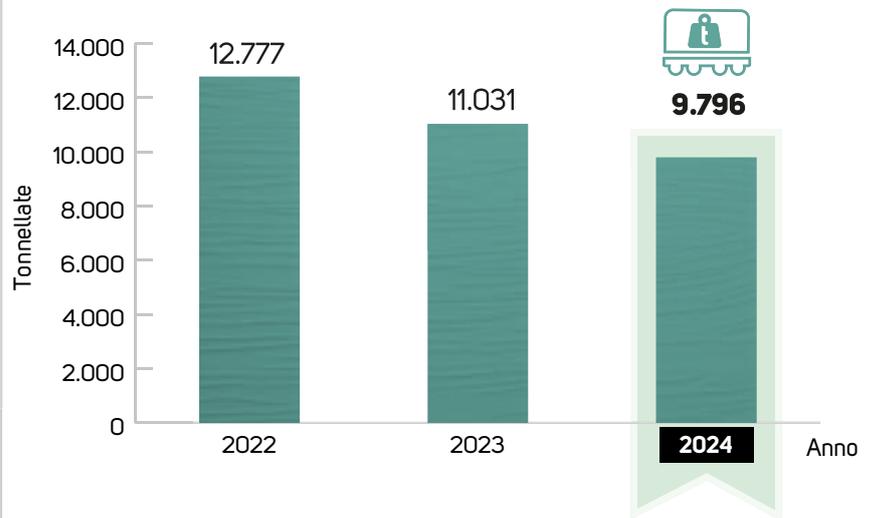
Nel calcolo sono state incluse le tonnellate di prodotto finito consegnate per mezzo rotaia da una piattaforma esterna.

SDGs

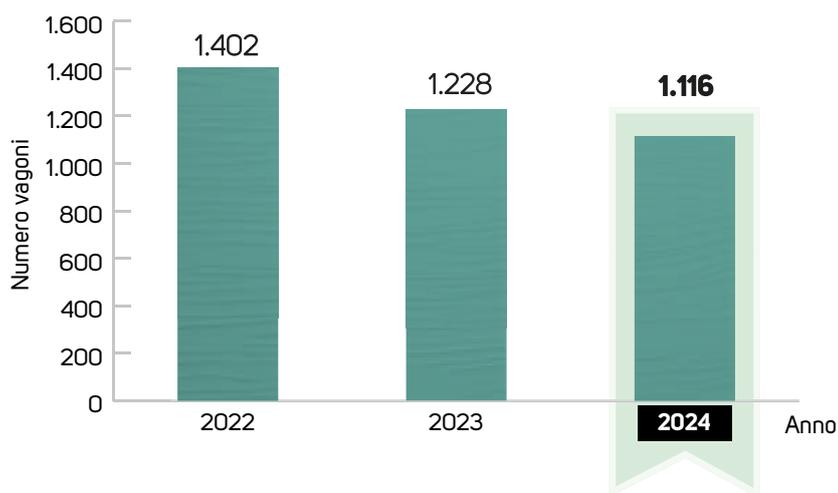


MIGLIORAMENTO AMBIENTALE
-420 tCO₂e
 emissioni evitate nel 2024

TONNELLATE TRASPORTATE SU ROTAIA (t)



TOTALE VAGONI IMPIEGATI (n)



BEST PRACTICE



RIDUZIONE del 95% di tCO₂e per il trasporto di merci da e per il Centro Logistico di Altopascio.

L'Azienda nel 2023 ha attivato un nuovo progetto finalizzato alla sostituzione del LNG (Gas Naturale Liquido) con BIO-LNG (Gas Naturale Liquido generato dal processo di recupero di liquame suino e sottoprodotti di origine animale) in collaborazione con il provider del servizio di navettaggio da e per il Centro Logistico di Altopascio. Nell'anno appena trascorso il progetto è continuato e il 100% dei viaggi effettuati da e verso l'HUB di Altopascio sono stati eseguiti con mezzi alimentati a BIO-LNG. Questi viaggi hanno evitato l'immissione in atmosfera di **137,5 tCO₂e** (BIO-LNG vs EURO VI).

3.9 Gestione dei rifiuti

GRI 306-3
306-4
306-5

Gli scarti di un impianto di produzione della carta sono costituiti principalmente dagli scarti pulper e dai fanghi di cartiera, direttamente derivanti dal processo di produzione della carta e da recupero delle acque di processo.

Altri rifiuti sono generati dalle attività di trasformazione della carta (scarti di imballaggi) e dalle attività ausiliarie (principalmente manutenzione e logistica interna).

SDGs 



Il Gruppo a partire dal 2023 ha istituito il **Comitato Gestione e Sviluppo Circolare** al fine di supportare l'individuazione delle più virtuose modalità di gestione dei residui e rifiuti generati negli stabilimenti e delle più virtuose modalità di gestione della risorsa idrica.

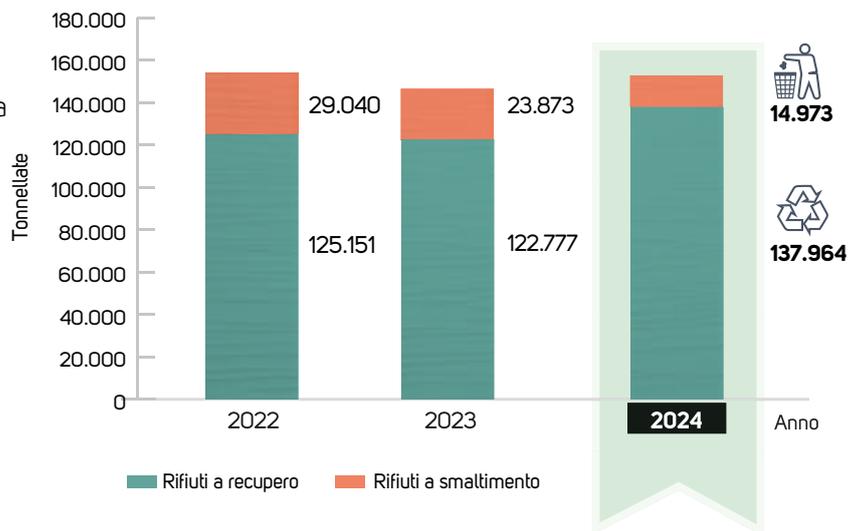
Il comitato è composto da EHS Manager, CEO, CFO, COO, CTO, Sustainability Program Sr. Advisor, Chief Sustainable Supply Officer, Group Waste and Water Management & Strategic Project Engineer, Plant manager Borgo a Mozzano e Porcari.

Il Comitato è aggiornato sulla gestione dei rifiuti e dei residui industriali e della risorsa idrica; monitora lo stato di avanzamento di nuovi progetti di ricerca o industriali finalizzati alla massimizzazione del recupero dei rifiuti, valorizzazione dei residui come sottoprodotti e riduzione dei consumi specifici della risorsa idrica; esamina le dinamiche di mercato e le novità normative a esse correlate, in linea con le strategie di sviluppo circolare dell'Azienda.

RIFIUTI PRODOTTI⁵⁴

Rispetto al 2024, la produzione di rifiuti per tonnellata di carta prodotta si è ridotta dell'1%.

Nel 2024, risulta in aumento +7,8% la percentuale di rifiuti avviata a recupero (pari al 90,2%⁵⁵). Si configura pertanto il raggiungimento dell'obiettivo di miglioramento per la quota parte rifiuti avviati a recupero⁵⁶.



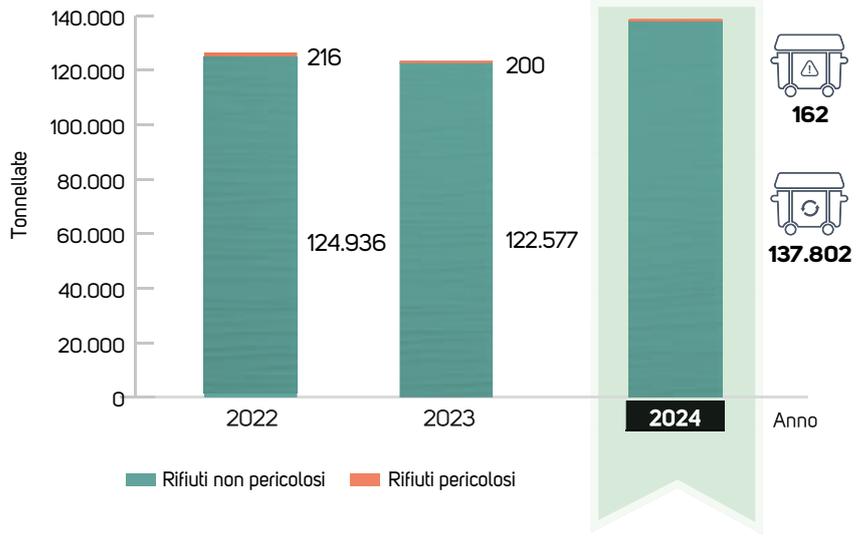
⁵⁴ Si ricorda che i rifiuti sono espressi tal quale e non al secco.

⁵⁵ Nel calcolo dei rifiuti avviati a operazioni di recupero - per coerenza con le modalità di monitoraggio interne all'azienda - è stata conteggiata anche la quota parte di rifiuti avviata all'operazione di recupero energetico (R1). Includendo l'operazione R1 nelle operazioni di smaltimento, secondo quanto richiesto dal GRI 306-4,5, si evidenzia ugualmente un incremento dei rifiuti avviati a recupero da parte di Lucart nel 2024 pari al +8,5% (87,0% rifiuti avviati a recupero di materia nell'anno di rendicontazione; nel 2023, secondo GRI 306-4,5, la percentuale risultava pari all'80,1%).

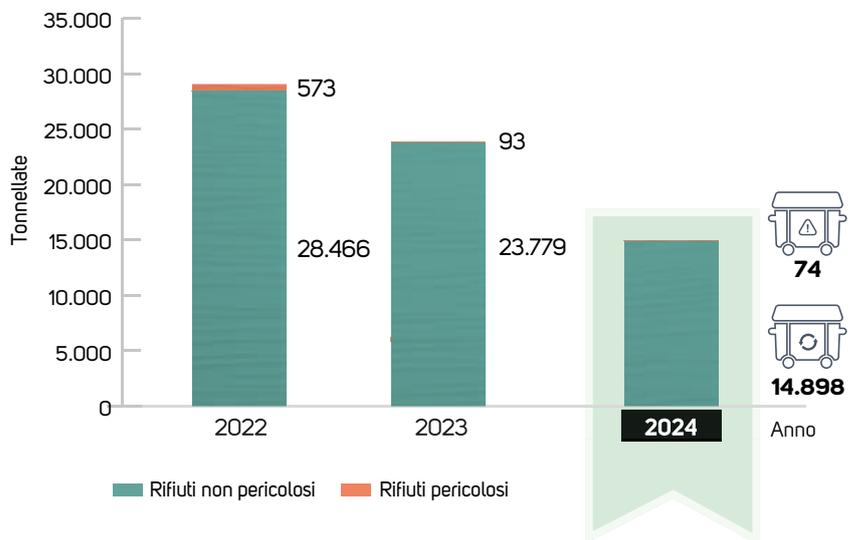
⁵⁶ È da osservare che il risultato del 2024 (in vantaggio rispetto al target) è frutto di una contingenza legata a spazi di conferimento su impianti di recupero acquisiti con difficoltà; il raggiungimento dell'obiettivo al 2030 prevede il consolidamento degli sbocchi attuali e la ricerca di nuovi per limitare oscillazioni sul risultato raggiunto che non possiamo escludere per i prossimi anni.



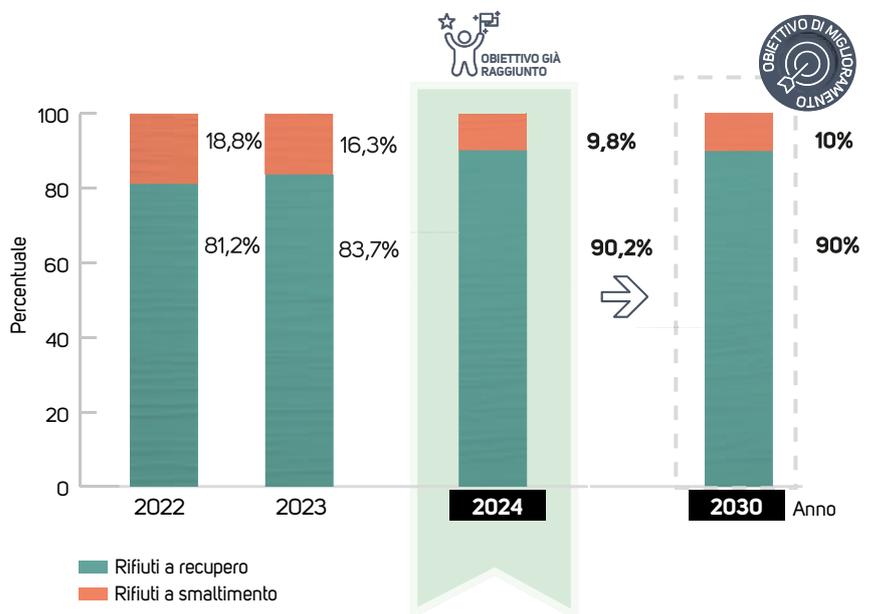
RIFIUTI A RECUPERO



RIFIUTI A SMALTIMENTO



RIFIUTI PRODOTTI - OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO



BEST PERFORMANCE

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano:

si segnala un importante aumento dello scarto pulper e fanghi inviati a operazioni di recupero

96% nel 2024

vs.

74% nel 2023

si segnala che nel 2024 solo l'1% dei fanghi è stato avviato a operazioni di smaltimento

Nello stabilimento di Porcari:

si segnala un ulteriore aumento dello scarto pulper e fanghi inviati a operazioni di recupero

94% nel 2024

vs.

86% nel 2023

si segnala che nel 2024 solo il 4,7% dei fanghi è stato avviato a operazioni di smaltimento

> Rifiuti prodotti per categoria

Categoria e composizione dei rifiuti	Rifiuti prodotti	Rifiuti a recupero	Rifiuti a recupero (escluso R1) ⁵⁷	Rifiuti a smaltimento	Rifiuti a smaltimento (incluso R1) ⁵⁸
03 Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli, mobili, polpa, carta e cartone	143.535,9	129.868,4	124.979,7	13.667,5	18.556,2
07 Rifiuti dei processi chimici organici	118,7	43,4	43,4	75,3	75,3
08 Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti (pitture, vernici e smalti vetrati), adesivi, sigillanti e inchiostri per stampa	862,9	19,6	19,6	843,3	843,3
10 Rifiuti provenienti da processi termici	0,4	0,0	0,0	0,4	0,4
12 Rifiuti prodotti dalla sagomatura e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica	573,9	554,9	554,9	19,0	19,0
13 Oli esauriti e residui di combustibili liquidi	24,9	18,5	18,5	6,4	6,4
14 Solventi organici, refrigeranti e propellenti di scarto	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0
15 Rifiuti di imballaggio, assorbenti, stracci, materiali filtranti e indumenti protettivi	5.001,8	4.975,1	4.948,0	26,7	53,9
16 Rifiuti non specificati altrimenti	154,0	95,5	95,5	58,5	58,5
17 Rifiuti dalle attività di costruzione e demolizione	484,2	471,9	471,9	12,3	12,3
19 Rifiuti prodotti da impianti di trattamento dei rifiuti, impianti di trattamento delle acque reflue fuori sito, nonché dalla potabilizzazione dell'acqua e dalla sua preparazione per uso industriale	99,7	99,7	99,7	0,0	0,0
20 Rifiuti urbani (rifiuti domestici e assimilabili prodotti da attività commerciali e industriali nonché dalle istituzioni) inclusi i rifiuti della raccolta differenziata	2.079,6	1.816,4	1.774,6	263,2	305,0
TOTALE	152.936,2	137.963,6	133.006,0	14.972,6	19.930,3

90,2%

87,0%

9,8%

13,0%

⁵⁷ Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

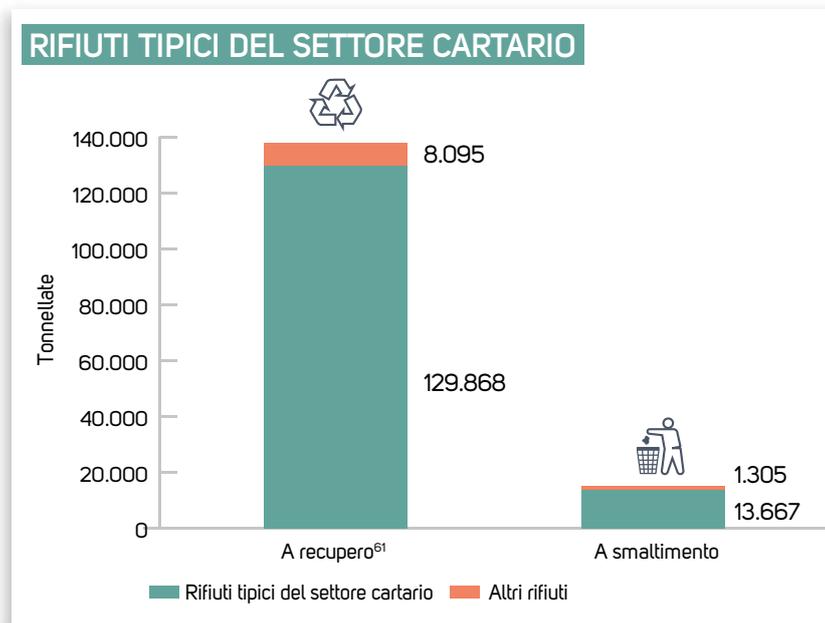
⁵⁸ Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

> Dettaglio gestione fine-vita rifiuti prodotti a livello di Gruppo:

Operazione Recupero (R) o Smaltimento (D)	% rispetto al totale rifiuti generato
R1 Utilizzazione principale come combustibile o altro mezzo per produrre energia	3,24%
R3 Riciclo/recupero delle sostanze organiche non utilizzate come solventi (comprese le operazioni di compostaggio e altre trasformazioni biologiche)	44,41%
R4 Riciclo/recupero dei metalli o dei composti metallici	0,16%
R5 Riciclo/recupero di altre sostanze inorganiche	0,97%
R9 Rigenerazione o altri reimpieghi degli oli	0,003%
R10 Spandimento sul suolo a beneficio dell'agricoltura	6,94%
R12 Scambio di rifiuti per sottoporli a una delle operazioni indicate da R1 a R11	0,62%
R13 Messa in riserva di rifiuti per sottoporli a una delle operazioni indicate nei punti da R1 a R12 (escluso il deposito temporaneo, prima della raccolta, nel luogo in cui sono prodotti)	33,87%
D5 Messa in discarica specialmente allestita (a esempio sistemizzazione in alveoli stagni separati, ricoperti o isolati gli uni dagli altri e dall'ambiente)	6,78%
D9 Trattamento fisico-chimico non specificato altrove nel presente allegato che dia origine a composti o a miscugli eliminati secondo uno dei procedimenti elencati nei punti da D1 a D12 (a esempio evaporazione, essiccazione, calcinazione, ecc.)	0,73%
D10 Incenerimento a terra	0,0001%
D13 Raggruppamento preliminare prima di una delle operazioni di cui ai punti da D1 a D12	1,25%
D15 Deposito preliminare prima di una delle operazioni di cui ai punti da D1 a D14 (escluso il deposito temporaneo, prima della raccolta, nel luogo in cui sono prodotti)	1,03%

> Rifiuti tipici del settore cartario

	Rifiuti prodotti	Rifiuti a recupero	Rifiuti a recupero (escluso R1) ⁵⁹	Rifiuti a smaltimento	Rifiuti a smaltimento (incluso R1) ⁶⁰
Rifiuti tipici del settore cartario	143.536	129.868	124.980	13.667	18.556
Altri rifiuti	9.400	8.095	8.026	1.305	1.374
TOTALI	152.936	137.964	133.006	14.973	19.930



I rifiuti tipici del settore cartario sono quelli identificati dalle prime due cifre 03 del Catalogo Europeo dei Rifiuti (CER) di cui alla Decisione della Commissione Europea 2000/532/CE e successive modifiche e integrazioni.

⁵⁹ Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

⁶⁰ Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

⁶¹ Nel calcolo dei rifiuti avviati a operazioni di recupero - per coerenza con le modalità di monitoraggio interne all'azienda - è stata conteggiata anche la quota parte di rifiuti avviata all'operazione di recupero energetico (R1).

3.10 Bilancio Quantitativo Finale

GRI 302-3

	Unità di misura	2022	2023	2024	Obiettivi di sviluppo sostenibile	
	PRODUZIONE TOTALE					
	Cartiera	t	355.905	343.237	361.827	
	Cartotecnica	t	278.943	261.591	275.152	
RISORSE IDRICHE						
	Acqua per tonnellata di carta prodotta	m ³ /t	9,51	9,48	9,43	
RISORSE ENERGETICHE						
	Intensità energetica	Gj/t	7,24	7,23	7,07	
EMISSIONI IN ATMOSFERA						
	Intensità emissioni di CO₂e	Kg CO ₂ e/t	408,18	403,75	387,32	
RIFIUTI						
	Rifiuti prodotti per tonnellata di carta prodotta	t/t	0,243	0,242	0,240	
	Percentuale rifiuti a smaltimento sul totale dei rifiuti prodotti	%	18,80	16,28	9,79	 
	Percentuale rifiuti a smaltimento sul totale dei rifiuti prodotti (incluso R1)⁶²	%	22,78	19,87	13,03	 
MOVIMENTAZIONE SU ROTAIA					 	
	Totale tonnellate trasportate su rotaia	t	12.777	11.031	9.796	
SETTORE SKIN CARE						
	Produzione Totale	t	7.358	6.323	6.829	
	Consumo totale Acqua	m ³	7.185	6.130	6.542	
	Consumo specifico acqua	m ³ /t	0,98	0,97	0,96	

⁶² Secondo standard GRI 306-4,5.

TABELLE RIEPILOGATIVE

Nota Metodologica

GRI 2-2
2-3
2-4

Lucart presenta per il ventesimo anno consecutivo il Rapporto di Sostenibilità con lo scopo di evidenziare le informazioni economiche, ambientali e sociali e gli obiettivi di miglioramento dell’Azienda verso tutti gli stakeholder di riferimento.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria, pubblicato con periodicità annuale e realizzato in conformità agli standard GRI (Global Reporting Initiative).

All’interno del presente rapporto di sostenibilità, tutte le modifiche o revisioni delle informazioni quantitative e qualitative rispetto alle rendicontazioni precedenti sono specificamente descritte nelle sezioni tematiche dedicate.

Il periodo di rendicontazione analizzato copre l’intervallo di tempo compreso tra il **1° gennaio 2024** e il **31 dicembre 2024**. L’elenco puntuale dei GRI Standards presenti nel testo è sintetizzato all’interno del Content Index in coda al documento.

Il Rapporto prende in considerazione Lucart S.p.A. e le seguenti società da essa controllate: Lucart SAS, Lucart Tissue & Soap S.L.U., Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft., Lucart Hygiene Ltd. e Circular Shield D.o.o.. Nel Rapporto si fa riferimento all’**insieme delle società** con la denominazione di **Gruppo** o Gruppo Lucart. Il periodo di rendicontazione e le società rendicontate nel Rapporto di Sostenibilità coincidono con il periodo di rendicontazione e le società consolidate nel Bilancio Consolidato della società controllante Pasfin S.p.A. al netto di quest’ultima in quanto holding di partecipazioni e pertanto non significativa. Nel testo viene messo in evidenza quando un dato è riferito al Gruppo oppure a una o più Società facenti parte di Lucart.

Il Rapporto contiene informazioni di carattere qualitativo e quantitativo relative ai temi considerati “materiali” per Lucart e per i suoi stakeholder, e individuati attraverso la realizzazione di un’analisi di materialità. I dati sono stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati. Nello specifico, i dati e le informazioni presenti all’interno del documento sono stati raccolti dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte, attraverso schede di raccolta dati compilate con i dati estratti dai sistemi informatici o da altri strumenti di lavoro utilizzati dalle Società.

I dati relativi ai periodi precedenti (2022 e 2023) sono riportati - quando disponibili - nel Rapporto di Sostenibilità a fini comparativi, per consentire agli stakeholder una valutazione sull’andamento delle attività nel tempo. Per garantire l’attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime e limitazioni di perimetro, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il presente documento è stato redatto dal Team Comunicazione Corporate e dal Team Sostenibilità, i quali hanno raccolto i dati riportati coinvolgendo tutte le funzioni direttive interessate.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato sottoposto alla successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione di Lucart in data 19 maggio 2025. Al fine di migliorare l’efficacia del processo di rendicontazione e garantire a tutti gli stakeholder l’affidabilità delle informazioni riportate, il Rapporto di Sostenibilità 2024 è stato sottoposto a revisione limitata da parte di PricewaterhouseCoopers Business Services S.r.l. Tale attività si è conclusa con il rilascio della “Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità 2024”. La relazione, riportata nella sezione finale del documento, descrive i principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni.

Per ulteriori informazioni sui dati, è possibile contattare il seguente indirizzo email:

communication@lucartgroup.com

Analisi degli impatti correlati ai temi materiali

Tema materiale	Impatti	Perimetro
Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Contributo alla creazione di nuove opportunità di riciclo dei materiali	Comunità locale Clienti e consumatori finali Partner strategici per la circolarità
Contrasto ai cambiamenti climatici	Contributo diretto e indiretto ai cambiamenti climatici tramite l'emissione di gas a effetto serra	Comunità locale Azionisti e finanziatori Fornitori
	Inquinamento dell'aria	Comunità locale
Soddisfazione dei clienti e consumatori finali	Distribuzione di ricchezza e di valore nel territorio	Clienti e consumatori finali
Sostegno delle comunità locali	Miglioramento del contesto socioeconomico locale per opportunità di occupazione di qualità	Comunità locale
	Sostegno dell'economia locale	Comunità locale
	Distribuzione di ricchezza e di valore nel territorio	Comunità locale
	Danni verso la comunità locale per attività che potrebbero generare conflitti sull'uso di risorse quali suolo e acqua, depauperamento del paesaggio, inquinamento, ecc.	Comunità locale
Approvvigionamento responsabile delle risorse lungo la filiera	Consumo/depauperamento di risorse materiali	Comunità locale
	Generazione di impatti negativi lungo la catena di fornitura	Fornitori
Sostenibilità di prodotto e di processo	Consumo di risorse energetiche non rinnovabili	Comunità locale
	Contributo alla creazione di nuove opportunità di riciclo dei materiali	Comunità locale
	Consumo di risorse energetiche rinnovabili	Comunità locale
	Competizione nell'uso della risorsa idrica	Comunità locale
	Depauperamento della risorsa idrica	Comunità locale
	Generazione di rifiuti	Comunità locale
	Inquinamento dei suoli e delle acque	Comunità locale
Salute e sicurezza dei lavoratori	Danno alla sicurezza dei lavoratori - infortuni	Dipendenti
	Danno alla salute dei lavoratori - malattie professionali	Dipendenti
Integrità e sostenibilità del Business	Sviluppo di una società più etica	Comunità locale Dipendenti Fornitori
	Miglioramento del contesto socioeconomico locale per opportunità di occupazione di qualità	Comunità locale Dipendenti Fornitori
	Distribuzione di ricchezza e di valore nel territorio	Comunità locale Dipendenti Fornitori
Sviluppo e gestione del capitale umano	Sviluppo delle competenze	Dipendenti
	Sviluppo di una società più inclusiva	Dipendenti Comunità locale
Sicurezza del prodotto	Generazione di impatti negativi lungo la catena di fornitura	Clienti e consumatori finali Comunità locale (nella filiera)
	Danno alla salute e alla sicurezza dei clienti	Clienti e consumatori finali

GRI Content Index

Dichiarazione d'uso Lucart ha redatto un report in conformità agli Standard GRI per il periodo 01/01/2024 - 31/12/2024

GRI 1 utilizzato GRI 1: Foundation 2021

GRI Sector Standard Non applicabile

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Requisito omissso	Motivazione	Spiegazione
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1	Dettagli dell'organizzazione	22-27, 55		
	2-2	Entità incluse nel perimetro di rendicontazione	131		
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatto di riferimento	131		
	2-4	Aggiornamento delle informazioni	131		
	2-5	Assurance esterna	137		
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	6, 7, 28-45		
	2-7	Dipendenti	76, 77		
	2-8	Lavoratori che non sono dipendenti	76		
	2-9	Governance e composizione degli organi di governo	55-56		
	2-10	Nomina e selezione degli organi di governo	55		
	2-11	Presidente del più alto organo di governo	55		
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella gestione degli impatti	17, 55-56, 60-65		
	2-13	Delega delle responsabilità nella gestione degli impatti	17, 55-56, 60-65		
	2-14	Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione della sostenibilità	55		
	2-15	Conflitti d'interesse	57		
	2-16	Comunicazione delle criticità	57		
	2-17	Competenze del più alto organo di governo	55		
	2-18	Valutazione delle performance del più alto organo di governo	Non sono ad oggi attive procedure formali di valutazione delle performance dell'alto organo di governo		

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-19	Politiche retributive			Non sono ad oggi attive politiche formalizzate sulla retribuzione degli organi di governo e degli alti dirigenti
	2-20	Processo per determinare la retribuzione			Non sono ad oggi attive procedure formali per la determinazione della retribuzione
	2-21	Tasso della retribuzione annua totale	73		
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2, 10		
	2-23	Impegni strategici	58, 68		
	2-24	Attuazione degli impegni strategici	8, 9, 12-16, 46-54, 56		
	2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	17, 60-65		
	2-26	Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare interesse	98, 99		
	2-27	Conformità alle leggi e regolamentazioni			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità né sono state pagate sanzioni per inottemperanza a leggi e regolamenti.
	2-28	Associazioni di appartenenza	93-95		
2-29	Approccio allo stakeholder engagement	17-19, 69-72			
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	92			

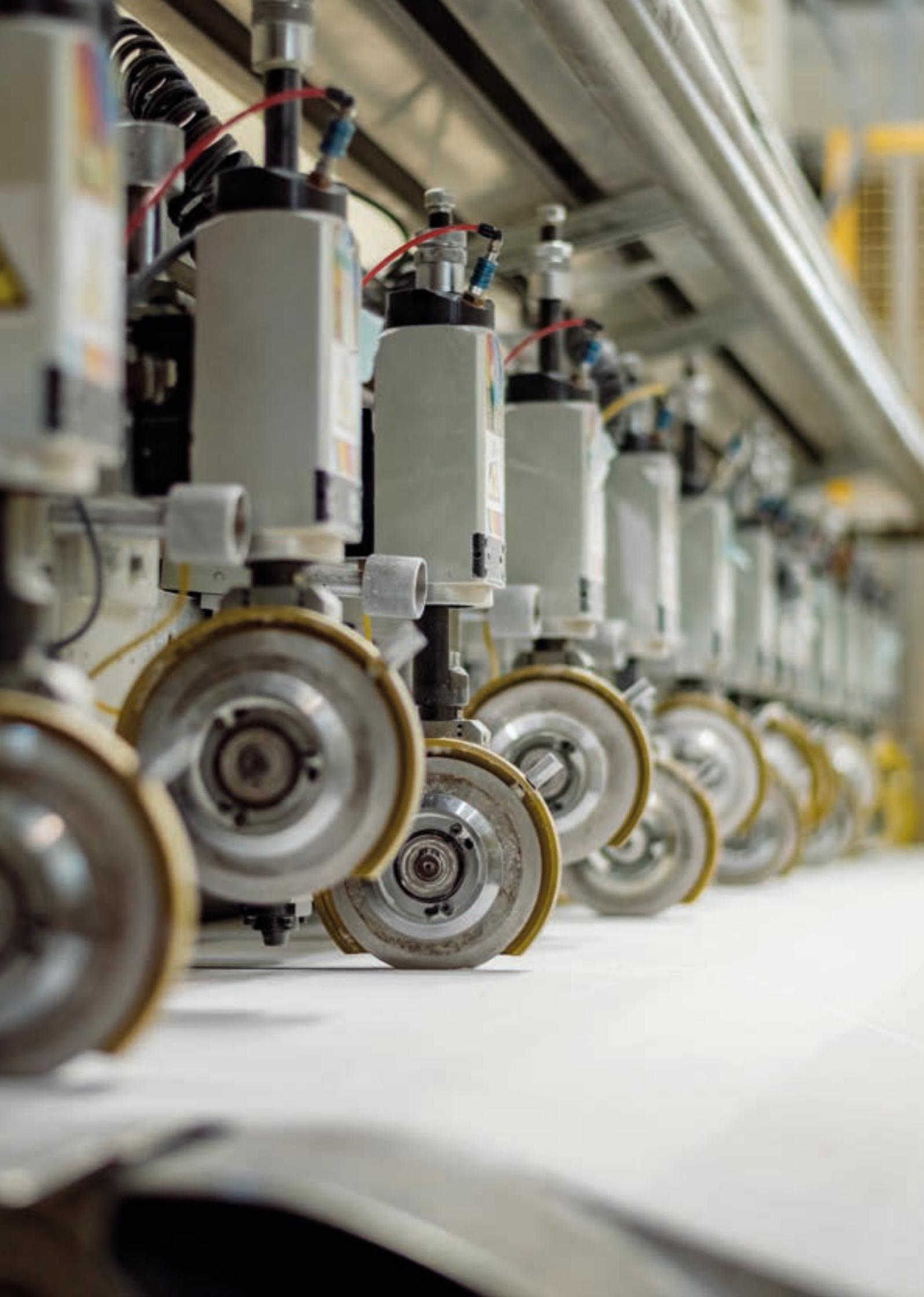
TEMI MATERIALI

GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	17-19, 131		
	3-2	Elenco dei temi materiali	18		
Sicurezza del prodotto					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	69-71, 86-90		
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi			Le informazioni riportate sulle etichettature del prodotto sono conformi a quanto previsto dalle legislazioni nazionali di riferimento
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing
GRI 418: Privacy del cliente 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
Integrità e sostenibilità del business					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			57-59
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito			7
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale			77
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione			82
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1	Investimenti infrastrutturali e investimenti finanziati			86-97
Salute e sicurezza dei lavoratori					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			83-85
	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro			83
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti			84
	403-3	Servizi di medicina del lavoro			83
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro			84
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro			84
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori			85
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali			85
	403-9	Infortuni sul lavoro			84

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
Contrasto ai cambiamenti climatici					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			16, 106, 122, 123
	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)			122, 123
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)			122, 123
GRI 305: Emissioni 2016	305-4	Intensità delle emissioni di GHG			122, 123
	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG			122, 123
Sviluppo e gestione del capitale umano					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			26-75
GRI 401: Occupazione	401-1	Nuove assunzioni e turnover			80,81
	401-3	Congedo parentale			82
	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente			82
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione			73
	404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale			73
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti			55, 56
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate			Nel periodo di rendicontazione non sono stati segnalati casi di discriminazione
Approvvigionamento responsabile delle risorse lungo la filiera					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			91
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali			111
Ricerca, sviluppo e innovazione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali			48-54

Tema / Standard GRI		Informativa	Pagina	Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
Sostenibilità di prodotto e di processo						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	106-130			
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	109-113			
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	7, 109-113			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	118-121			
	302-3	Intensità energetica	119			
	302-4	Riduzione del consumo di energia	119			
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	114-117			
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	48-54, 114-117			
	303-3	Prelievo idrico	114			
	303-4	Scarico di acqua	117			
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	48-54, 126			
	306-3	Rifiuti prodotti	126-129			
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	126-129			
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	126-129			
Soddisfazione dei clienti e consumatori finali						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	86-90			
Sostegno alla comunità locale						
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	92			
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	92			





Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione di Lucart SpA

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità di Lucart SpA (di seguito “Società”) e delle sue controllate Lucart SAS, Lucart Tissue & Soap SLU, Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft, Lucart Higiene Ltd e Circular Shield Doo, (di seguito anche “Gruppo” o “Gruppo Lucart”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

Responsabilità degli amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli amministratori di Lucart SpA sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Gli amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Lucart in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell’*International Code of Ethics for Professional Accountants* (incluso *International Independence Standards*) (IESBA Code) emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l’*International Standard on Quality Management 1* (ISQM Italia 1), che richiede di configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che include direttive e procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a socio unico

Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06234620968 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640311 Fax 080 5640349 - Bologna 40124 Via Luigi Carlo Farini 12 Tel. 051 6186211 - Bolzano 39100 Via Alessandro Volta 13A Tel. 0471 066050 - Brescia 25121 Viale Duca d’Aosta 28 Tel. 030 3697501 - Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 070 6848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482899 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734399 | Rubano 35030 Via Belle Putte 36 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7899221 | 90139 Via Roma 457 Tel. 091 6752111 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 Fax 0521 781844 - Pescara 65127 Piazza Ettore Troilo 8 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 6920731 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773209 - Trento 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 | 38121 Via Adalberto Libera 13 - Treviso 31100 Viale Felissant 90 Tel. 0422 315711 Fax 0422 315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 Fax 040 364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001

Società soggetta all’attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell' *International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall' *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame. Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Lucart in sintesi" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato della controllante Pasfin SpA;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Lucart SpA e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo:
 - a. con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b. con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società Lucart SpA (stabilimento di Borgo a Mozzano – Diecimo) e Lucart SAS, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Lucart relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Roma, 20 maggio 2025

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Firmato digitalmente da:
Francesco Candelise
Data: 20/05/2025 10:17:52

Francesco Candelise
(Partner)

 **LUCART S.P.A.****SEDE AMMINISTRATIVA E LEGALE:**

Via Ciarpi, 77
I - 55016 Porcari (Lucca)
Tel. +39 0583 21 40
Fax +39 0583 29 90 51

STABILIMENTI E UFFICI COMMERCIALI:

55016 **PORCARI** (Lucca)
Via Ciarpi, 77
Tel. +39 0583 21 40

55023 **BORGO A MOZZANO** (Lucca)
Z.I. Diecimo
Tel. +39 0583 83 701

30020 **TORRE DI MOSTO** (Venezia)
Via G. Galilei, 4 -Z.I.
Tel. +39 0421 31 28 11

55032 **CASTELNUOVO DI GARFAGNANA** (Lucca)
Via E. Fermi, 13
Tel. +39 0583 64 01

85021 **AVIGLIANO** (Potenza)
Loc. Serra Ventaruli
Tel. +39 0971 70 31 11

CENTRO LOGISTICO:

55011 **ALTOPASCIO** (Lucca)
Via del Palazzaccio, 56
Tel. +39 0583 83 701

 **LUCART SAS****STABILIMENTO:**

F - 88600 Laval-sur-Vologne
10, Rue Maurice Mougeot BP35
Tel. +33 (0)3 29 55 78 78
Fax +33 (0)3 29 55 78 76

CENTRO LOGISTICO:

F- 88100 Saint-Dié-des-Vosges
12, Rue Pierre Mendes France
ZI Hellieule 4

 **LUCART KFT.**

HU - 2536 Nyergesújfalu
Iparos utca 1
Tel. +36 33 428 128 // +36 33 428 129
Fax: +36 33 428 130

 **LUCART TISSUE & SOAP S.L.U.**

E - 48850 Aranguren (Bizkaia)
Nicolás María Urgoiti s/n
Tel. +34 946 670 000
Fax +34 946 390 985

E - 014474 - Artziniega (Alaval)
Barrio Barretaguren 12
Tel. +34 945 398 100

 **LUCART DEUTSCHLAND GMBH**

DE - 60487 Frankfurt
Tilsiter Straße 1

 **LUCART HYGIENE LTD.**

UK - WR8 OEF Worcester
Blackmore Park Rd, Hanley Swan
Tel. +44 (0) 1684 893 797

www.lucartgroup.com

Questo documento è proprietà di Lucart. Ogni riproduzione anche se parziale è vietata salvo preventiva autorizzazione scritta.

Progetto grafico
© Corberi Saporì Editori Sas

Fotografia
© Giorgio Leone
© O-Zone
© Osvaldo Domenici

Stampa
Pacini Editore Srl

Il Team Comunicazione Corporate e il Team Sostenibilità, che hanno curato la redazione del documento, ringraziano tutti i colleghi che hanno attivamente collaborato alla stesura dello stesso e i colleghi che con disponibilità e simpatia hanno partecipato al servizio fotografico.

Documento stampato su carta riciclata
"Oikos extra white"



Condividiamo un futuro sostenibile passo dopo passo.

Da sempre il senso di responsabilità
guida le nostre scelte, perché siamo consapevoli
che la fiducia va meritata giorno per giorno.

www.lucartgroup.com

 LUCART
PROFESSIONAL

 Velo

 FATO

 Tenderly

 Grazie
EcoNatural

 Tutto

 Smile

 LUCART
SHARING THE FUTURE